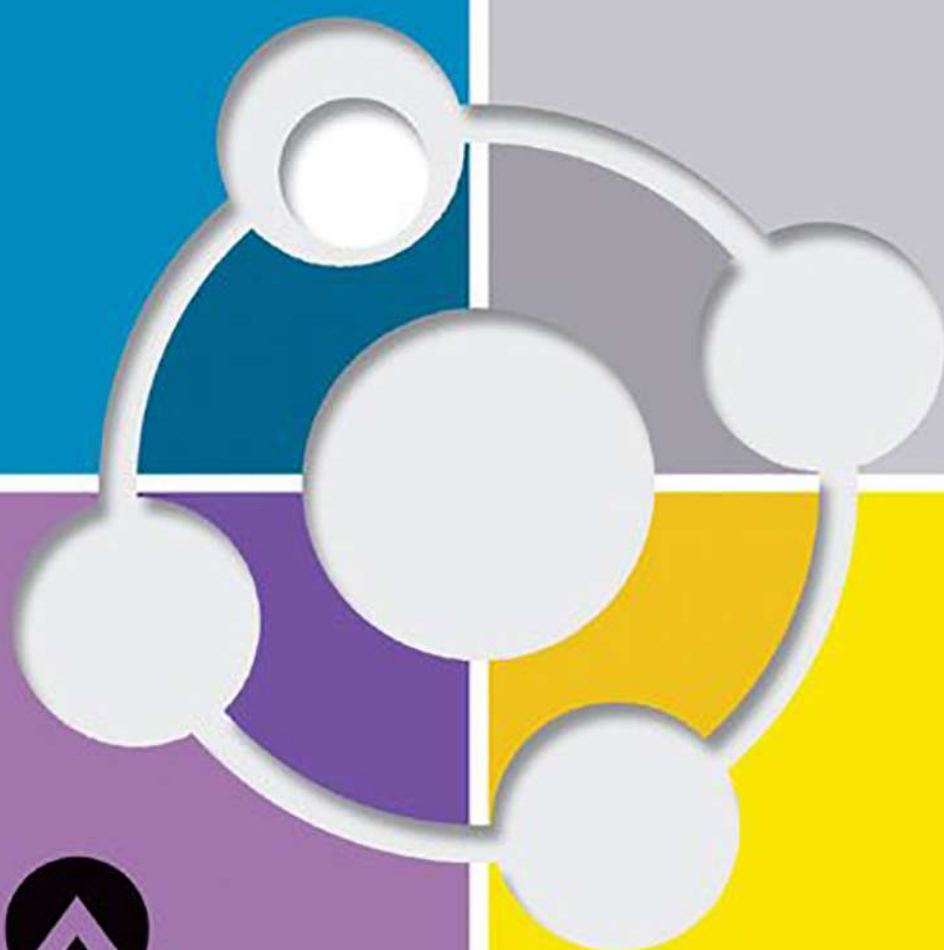


إدارة التغيير التنظيمي

الأسس النظرية والمهارات والتطبيقات العملية

الجزء الثاني

أستاذ دكتور معتز سيد عبد الله



إدارة التغيير التنظيمي

الأسس النظرية والمهارات والتطبيقات العملية

الجزء الثاني

أ. د. معتز سيد عبد الله

أستاذ علم النفس الاجتماعي والشخصية
عميد كلية الآداب - جامعة القاهرة



مكتبة الأنجلو المصرية



بطاقة فهرسة

عبد الله، معتز سيد.

ادارة التغيير التنظيمى ج2

تأليف الدكتور معتز سيد عبد الله

17 × 24 سم

© مكتبة الأنجلو المصرية 2014

1- علم النفس الاجتماعى

2- التغير الاجتماعى

أ- العنوان

رقم الإيداع: 2013/15650 تصنيف ديوى: 301.1

978-977-05-2857-8: ISBN

طبع فى جمهورية مصر العربية بمطبعة محمد عبد الكريم حسان
مكتبة الأنجلو المصرية 165 شارع محمد فريد القاهرة - مصر
تليفون : 23914337 (202) ؛ فاكس : 23957643 (202)

E-mail : angloebs@anglo-egyptian.com
www.anglo-egyptian.com Website :

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
{ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ }

{ سورة الرعد: 11 }

إهداء

لزوجتي الغالية: وفاءً وتقديراً و عرفانا

داعيا الله أن يشيها بقدر عطائها

فهرس الموضوعات

11 تصدير
----	-------------

الباب الثانى

تنمية المهارات الأساسية لإدارة التغيير التنظيمى

15 مقدمة
----	-------------

الفصل الأول

مهارات استثارة دافعية العاملين فى المنظمة

19 مقدمة
----	-------------

أولاً: الأساليب التى يمكن للمدراء والقادة استخدامها لاستثارة دافعية العاملين

19 وزيادة إنتاجيتهم
----	------------------------

53 ثانياً: كيفية التعامل مع مخفضات الدافعية والتخلص منها
----	---

55 ثالثاً: حالات وأمثلة عملية من الواقع الوظيفى
----	--

الفصل الثانى

مهارات القيادة

63 مقدمة
----	-------------

64 أولاً: مقياس الدافعية للقيادة
----	-------------------------------------

66 ثانياً: كيف تزيد من دافعتك للقيادة
----	--

72 ثالثاً: مهارات جمع المعلومات
----	------------------------------------

رابعاً: تكوين قوة الخير (أى أن يكون للقائد نفوذ على الآخرين لأنهم يدركونك

75 على أنك خير)
----	--------------------

78 خامساً: توزيع المهام على فريق العمل (المهمة المناسبة للرجل المناسب)
----	---

سادساً: كيف تكتشف وتحدد نقاط القوة والضعف فى أفراد فريقك، وتحدد

80 المهارات التى يجب تطويرها لديهم
----	---------------------------------------

85 سابعاً: القيادة غير الثقافية (قيادة فريق عمل ينتمى أفرادها لثقافات مختلفة)
----	--

الفصل الثالث

أساليب تنمية التفكير الإبداعي

105 مقدمة
-----	-------------

105 أولاً: الاعتبارات الأساسية الخاصة بالتفكير الإبداعي
-----	---

107 ثانياً: أساليب تنمية التفكير الإبداعي
108 1- العصف الذهني
112 2- صور أخرى من العصف الذهني
114 3- أسلوب التأليف بين الأشتات
116 4- أسلوب النزهة العقلية
117 5- أسلوب ماذا لو؟
118 6- إعادة طرح المشكلة
121 7- التخيل المؤطر
121 8- لائحة الأفكار الجديدة
124 9- مصفوفة إعادة التنظيم
126 10- الإثارة الذهنية
128 11- أفعل ذلك
131 12- البسيط
138 13- حل المشكلات لا شعورياً
138 14- أسلوب العكس
141 15- مروحة المفهوم
139 16- المدخل العشوائي
145 خلاصة وتعقيب

الفصل الرابع مهارات التواصل

149 مقدمة
152 أولاً: التواصل في منظمتك
154 ثانياً: التواصل اللفظي
156 ثالثاً: التواصل كتابة
159 رابعاً: التواصل بالبريد الإلكتروني
160 خامساً: إجراء المقابلات بشكل فعال
162 سادساً: التفاوض وفق مبدأ المنفعة
166 سابعاً: مخاطبة الجمهور
170 ثامناً: مراجعة التخطيط الخاص بتقديم رسالة اتصالية للجمهور في لقاء معين
171 تاسعاً: التواصل عالمياً

الفصل الخامس أساليب إدارة الضغوط

175 مقدمة
-----	-------------

176	أولاً: ما المقصود بالضغط النفسى
178	ثانياً: مدخل لإدارة الضغوط
179	1- التدوين اليومى لما نواجهه من ضغوط
183	2- تحليل العمل (الصورة المختصرة)
187	3- تخطيط الأداء
189	4- التخيل
191	5- أساليب الاسترخاء
193	6- الوعى بالتفكير، والتفكير المنطقى، والتفكير الإيجابى
197	7- الراحة والنوم
198	8- مقياس القابلية للاحتراق

الفصل السادس

مهارات إدارة الوقت

205	مقدمة
206	أولاً: قدر قيمة وقتك
207	ثانياً: حدد أولويات نشاطك
210	ثالثاً: سجلات الأداء
211	رابعاً: خطط الأداء
212	خامساً: قوائم تحديد أولويات الأداء
213	سادساً: تحديد الأهداف الشخصية
219	سابعاً: التبويب

الباب الثالث

التطبيقات العملية لإدارة التغيير التنظيمى

225	مقدمة
-----	-------------

الفصل السابع

نموذج كولن كارنال لإدارة التغيير التنظيمى

229	مقدمة
230	أولاً: الإطار العام لبرنامج إدارة التغيير التنظيمى
234	ثانياً: استراتيجية التغيير التنظيمى
238	ثالثاً: تشخيص التغيير التنظيمى
243	رابعاً: طبيعة برامج التغيير التنظيمى
250	خامساً: إدارة التغييرات الكبرى

256	سادساً: الأساليب والأدوات والمهارات المستخدمة في التطبيق
257	1- تقدير الفاعلية التنظيمية.....
272	2- إجراءات تطبيق التغيير التنظيمي.....
284	3- مهارات إدارة التغيير التنظيمي.....
292	4- إستراتيجية إدارة التغيير التنظيمي

الفصل الثامن

دليل دان كوهين الميداني لإدارة التغيير التنظيمي

301	مقدمة
307	المرحلة الأولى: تهيئة مناخ المنظمة للتغيير
309	الخطوة الأولى: زيادة الشعور بالحاجة للتغيير
317	الخطوة الثانية: تكوين الفرق الموجهة للتغيير وإعدادها
323	الخطوة الثالثة: صياغة الرؤية الصائبة للتغيير
328	المرحلة الثانية: التمكن والإحاطة بكل جوانب المنظمة
329	الخطوة الرابعة: التواصل الفعال لتحقيق الأهداف
337	الخطوة الخامسة: التمكن من الممارسة الفعلية للتغيير
346	الخطوة السادسة: تحقيق مكاسب قصيرة المدى
352	المرحلة الثالثة: تنفيذ التغيير ومساندته
354	الخطوة السابعة: عدم التوقف عن مواصلة العمل
364	الخطوة الثامنة: تدعيم التغيير وتثبيته
369	الخطوة التاسعة: التقييم النهائي للاستعداد للتغيير
377	قائمة المراجع
377	المراجع العربية
382	المراجع الأجنبية

تصدير

أصبح عالمنا المعاصر اليوم يموج بكل أشكال التغييرات والتحوليات في المجالات الاقتصادية والتكنولوجية والسياسية والاجتماعية والثقافية وغيرها بصورة لم نألفها من قبل: متسارعة في إيقاعها، ومتنوعة في مضمونها، ومتباينة في شكلها، ومؤثرة في كل جوانب حياتنا، وذلك مما أدى ببعض المفكرين والباحثين إلى القول بأن الثابت الوحيد في عالمنا هذا هو التغيير.

لذلك كانت أهمية تناول التغيير وبيان صعوبة إدارته، إذا لم تتم على أسس علمية رصينة. ولقد دفع هذا الموقف الجميع إلى العناية بموضوع التغيير التنظيمي: تنظيراً وتأليفاً وبحثاً ومعالجة ورصدًا لسر غوره، والتمكن من جنباته بما يحقق طموحات المجتمعات والمنظمات والأفراد في التوافق النفسي والاجتماعي والتنظيمي مع تلك التغييرات، ويدفع بهم للتعايش معها للاستفادة من ثمراتها وتجنب عثراتها، وتحقيق أهداف الجميع المأمولة.

فنظرا للاعتقاد الخاطئ الذي يوجد لدى الكثيرين، وهو أن التغيير مُهدد لاستقرار الإنسان، ومعرقل لتحقيق أهدافه وطموحاته، كان من الضروري تفهم مدلول التغيير وأهميته، وكيف أن التغيير يمثل مطلباً ملحا في أغلب الأحيان من أجل تحقيق الاستقرار، وأن عدم التغيير أو بالأحرى مقاومة متطلبات التغيير كثيرا ما كان من أسباب تهديد الاستقرار. فالتغيير ليس منافيا للاستقرار، بل ربما يكون من أهم مقوماته. والاستقرار لا يعني الجمود والثبات على ما هو قائم، بل معناه التلاؤم والتناغم والتوازن بين الظروف والأوضاع المتغيرة من جهة والنظم والقواعد والمعايير الحاكمة للسلوك من ناحية أخرى (أنظر : حازم الببلاوى).

لذلك يجب أن تكون هناك قناعة لدى الجميع بأن التغيير من سنن الحياة، والاستجابة لمتطلباته هو الذي يحقق الاستقرار عن طريق متابعة التغييرات والتطورات التي تحدث، بل الإسراع بها أحيانا، وليس باعتراضها أو الوقوف أمامها. فالإدارة المثلى والتي تخطط لكافة التغييرات على أسس علمية وعملية، هي السبيل الذي يجب أن نسلكه حتى تتحقق الطموحات ونصل بالأهداف المأمولة إلى مرتجأها.

ولهذا كان التغيير التنظيمي موضوعاً لاهتمام علماء النفس والإدارة والسياسية والإعلام والاقتصاد وغيرها من التخصصات وثيقة الصلة، نظراً لأهميته القصوى التي أشرنا لبعض دلالاتها. لذلك قُدمت في هذا الصدد جهود عربية عديدة، وتُرجم بعضها إلى اللغة العربية، كما قدمت جهود عربية أخرى سوف نشير إليها خلال صفحات المؤلف الحالي، ولكنها كانت قليلة، ولا تتناسب مع أهمية هذا الموضوع ودلالاته على المستويين النظري والتطبيقي.

وعلى ذلك تمثل هدفنا من إعداد الكتاب الحالي في محاولة الجمع بين بعض الأسس النظرية لإدارة التغيير التنظيمي من ناحية، والمهارات العملية الأساسية التي تستخدم في عمليات إدارة التغيير من ناحية ثانية، وبعض النماذج العملية التطبيقية التي يمكن استخدامها من ناحية ثالثة، وذلك حتى يكون دليلاً مُعيناً للباحثين العرب والقادة والمدربين والمدربين وكل المعنيين بعملية إدارة التغيير، وهو ما يمكن أن يساهم مع الجهود السابقة عليه في تقديم العون لهم لحسن فهمهم لعملية التغيير، ومن ثم التعامل المناسب مع متطلباتها وظروفها وكافة أبعادها.

وما أود التنويه إليه أن كثيراً من المادة العلمية التي يشملها الكتاب تم الاعتماد فيها على الترجمة لنصوص كاملة، تمت الإشارة إليها صراحة في النص، حتى لا تفقد المادة المنقولة للعربية دلالاتها، وبخاصة فيما يتعلق بالباب الخاص بالمهارات، والباب الآخر الذي يتعلق بالتطبيقات العملية لإدارة التغيير التنظيمي (نموذجي كولن كارنال ودان كوهين).

وبعد، فإن ما يقدم في هذا الكتاب محاولة أولى وجهد بشري تحتاج دون شك للتطوير والتعديل المثمر الذي نأمل في الطبقات القادمة إن شاء الله. وهذا لن يتحقق إلا من خلال آراء القارئ الكريم وملاحظاته التي تمثل للمؤلف هدفاً يسعى إلى تحقيقه، والكمال لله سبحانه وتعالى.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

أ.د. معتز سيد عبد الله

الباب الثاني
تنمية المهارات الأساسية
لإدارة التغيير التنظيمي

الباب الثاني

تنمية المهارات الأساسية لإدارة التغيير التنظيمي

مقدمة

تناولنا في الباب السابق كافة الأسس النظرية للتغيير التنظيمي، بما في ذلك تعريف التغيير التنظيمي، وخصائصه، والمفاهيم المرتبطة به، ومحاور التغيير ومجالاته، والنظريات والنماذج المفسرة لعملية إدارة التغيير، ومهارات إدارة التغيير، واستراتيجياته، وأساليبه، وعوامل نجاح التغيير، ومبادئه الإرشادية، ومعوقاته وكيفية التغلب عليها، وكذلك الاتجاهات نحو التغيير التنظيمي، وكيفية تغيير الاتجاهات السلبية وتنمية الاتجاهات الإيجابية. وكيفية التعامل مع ضغوط التغيير، ودور القيادة الإبداعية في عملية التغيير.

وبعد الإحاطة بكل هذه الأسس التي تمثل الإطار الحاكم لما ننشده من عمليات تغيير، بصرف النظر عن التطبيق العملي لذلك من خلال تبني أحد المناحي أو البرامج المناسبة لظروف المنظمة واحتياجاتها، وحدود التغيير المأمول. ولكي يتم ذلك بصورة جيدة، فلا بد من تحلى قادة التغيير، والقائمين عليه، والمشاركين فيه، بمجموعة من المهارات الأساسية التي تعينهم على القيام بمهامهم بصورة تمكنهم من تحقيق طموحاتهم وأهداف منظماتهم.

ولما كانت تلك المهارات من التنوع والتعدد، بحيث يصعب عرضها جميعاً في هذا السياق، فقد تم انتقاء مجموعة منها تبدو وثيقة الصلة بهدفنا في هذا المؤلف. وهو تنمية مهارات القادة والقائمين على عملية التغيير.

وقد روعي في هذا الانتقاء التكامل بين تلك المهارات لتشمل الجوانب المعرفية والوجدانية والاجتماعية. وُضع في الاعتبار كذلك عرض التقنيات والأساليب العملية ذات الطابع الإجرائي، والتي من شأنها تنمية تلك المهارات في ضوء التنمية البشرية الشاملة.

وما يميز هذا العرض الإجرائي هو بساطته، بحيث يمكن استخدام الأساليب والفنيات الخاصة بكل مهارة بسهولة وإتقان من قبل القائمين بالتدريب أو برامج التنمية، ومتابعة النتائج المترتبة على ذلك، أو الآثار التي تبدو في سلوك من ننشد تنمية مهاراتهم، وتوظيفها بالصورة المأمولة في كل مراحل عمليات التغيير والتحول التنظيمي (أنظر: معتز سيد عبد الله، قيد النشر).

الفصل الأول
مهارات استشارة
دافعية العاملين في المنظمة

الفصل الأول^(*)

مهارات استثارة دافعية العاملين في المنظمة

مقدمة

يختص الفصل بعرض دور المدراء والقادة في استثارة دافعية العاملين في المنظمة. فلا بد أن يتحلى القادة والمدراء بمستوى الدافعية الأمثل الذى يمكنهم من النجاح في استثارة دافعية العاملين. وكذلك بيان كيفية التعامل مع مخفضات الدافعية، وعرض أمثلة عملية من الواقع الوظيفى وهذا يعنى أن الدافعية ستظل آلية محورية في كافة أشكال السلوك الإنسانى، بما في ذلك كافة الجهود التى تبذل في مجال إدارة التغيير التنظيمى.

أولاً: الأساليب التى يمكن للمدراء والقادة استخدامها لاستثارة دافعية العاملين وزيادة إنتاجيتهم

هناك دلائل على أن دور المدراء والقادة هو الحاسم في استثارة دافعية العاملين وزيادة إنتاجيتهم، وذلك في ظل مناخ تنظيمى ميسر. وفي هذا الإطار قدم بروس (Bruce, 2003) تصوراً شاملاً ومتكاملاً لمجموعة من الأساليب والفنيات التى يمكن أن تفيد المدراء والقادة في تحفيز العاملين، وشحذ هممهم وطاقتهم لكي يؤدوا أعمالهم بأفضل صورة ممكنة تعود بالنفع عليهم، وعلى المنظمات التى ينتسبون إليها. لذلك نأمل أن يُحسن هؤلاء المدراء والقادة تمثل هذه الأساليب التى سوف نقدمها، والاستفادة منها بأقصى درجة ممكنة. فالغاية والهدف الأساسى لكل تلك الأساليب، هى مساعدة المدراء والقادة على خلق البيئة التى يشعر فيها العاملون معهم بالحماسة تجاه ما يقومون به من أعمال، وأن يقدموا دائماً أحسن ما لديهم.

وأهم الأساليب التى يمكن للمدراء استخدامها ما يلي:

(1) كَوْنُ قوة عمل (فريق عمل) يتسم بالدافعية المرتفعة

إن أول وأهم سؤال يجب أن يوجهه أى مدير لنفسه هو : مَنْ مِنَ العاملين معى، يمكننى التأثير فيه، وبث روح حماسة العمل لديه، وزيادة دافعية العمل؟. فإذا

(*) يمثل الفصل ترجمة بتصرف من كتيب آن بروس: كيفية استثارة دافعية العاملين في المنظمة: 24 أسلوباً فعالاً لزيادة الدافعية في سياق العمل، وذلك طبقاً لتوثيق المرجع في القائمة (Bruce, 2003)، إضافة لبعض المصادر الأخرى.

لم يستطع الإجابة عن هذا السؤال، أو كانت إجابته أنه لا يوجد من يمكنه أن يزيد من دافعيته وحماسه، فعليه أن يعلم على وجه اليقين أنه لا يوجد هناك من يديره، أى أنه لن يستطيع أن يقوم بدوره كمدير. وللأسف الشديد، فإن بعض المدراء لا يملكون إجابة عن هذا السؤال.

إن إجابة المدير عن هذا السؤال أمر في غاية الأهمية له، ذلك أن أى مدير لا يمكن أبداً أن يكون ناجحاً وفعالاً في عمله، إذا كان العاملون معه لا يتمتعون بالدافعية اللازمة لأدائهم أعمالهم. ولذلك، فمن المهم لأى مدير أن يسعى دائماً لإيجاد الوسائل التى تجعل العاملين معه دائماً، في حالة من الحماسة لتحقيق أهداف المنظمة التى يعملون بها، وأن يكونوا في حالة الانتماء والالتزام تجاه منظماتهم. والقاعدة الأساسية هنا هى : أن الناس عادة ما تكون دافعيته مرتفعة، وتمارس أعمالها بنجاح، إذا كانوا يحبون ويهتمون بتلك الأعمال. أى إذا كانت تلك الأعمال من ضمن اهتماماتهم.

وبناء على ذلك، يصبح هدفك ودورك الأساسى كمدير هو: أن تساعد العاملين معك على أن تكون أهدافهم واهتماماتهم متناغمة مع أهداف المنظمة. وهنا سوف تزداد دافعية العاملين تلقائياً، وتزداد رغبتهم في العمل بكفاءة، لسبب بسيط، وهو أنه من مصلحتهم وأهدافهم ورغباتهم أن يفعلوا ذلك. فالدافعية تنشأ تلقائياً عندما نعتقد أن ما نفعله الآن سوف يؤدى بنا - في النهاية - إلى تحقيق أهدافنا ورغباتنا الخاصة.

وعلى المدير أن يراعى جيداً السؤال التالى: متى يشعر الفرد عادة بالحماسة تجاه عمل ما؟. الإجابة أن معظمنا يشعر بذلك إذا كان هذا العمل قريب من اهتمامنا، أو يحقق أهدافنا ورغباتنا الخاصة، أو يجعلنا مميزين، أو يحقق لنا - أو لآخرين نحبه ونهتم بهم - مكاسب أو إيجابيات معينة. ومعنى هذا، أن المدير الذى ينجح في مساعدة العاملين معه على أن يدركوا أن أعمال المنظمة هى أعمالهم الخاصة، وأهدافهم هى أهداف المنظمة، ومصلحتهم تلتقى مع مصلحة المنظمة، سوف يتمكن من استثارة الدافعية الداخلية لديهم. لقد أصبحت الدافعية - الآن - مسئولية شخصية، بمعنى أن كل فرد يخلقها لنفسه وبنفسه، ويولدها هو نفسه بداخله. ومن ثم فإن، دور المدير هو تهيئة المناخ والظروف التى تحقق ذلك، أى خلق البيئة التى تسمح وتساعد على تخليق الدافعية داخل العامل من تلقاء ذاته. إن دور المدير هو خلق "المنظمة الدافعة"، وهى تلك

التي تدفع كل عامل - على حدة - على أن يؤدي عمله بأحسن ما لديه، كل يوم. ويمكن للمدير خلق تلك "المنظمة الدافعة" إذا اعتمد على النقاط الثلاث التالية:

- أ - عليك أن تعرف: لماذا يريد العاملون معك أن تقوم بزيادة دافعيتهم؟ أي تعرف الأسباب والدوافع الحقيقية التي تكمن خلف رغبة العاملين معك في زيادة دافعيتهم. فإجابتك الصحيحة والدقيقة عن هذا السؤال، سوف تجعلك أكثر تأثيراً فيهم، وفي سلوكهم، وجعلهم يؤدون بدافعية لتحقيق أهداف المنظمة.
- ب- تذكر أن الدافعية الحقيقية هي ما تتولد داخل الفرد، أي أن الدافعية هي عمل أو شأن داخلي. فالدافعية في حقيقتها لا يمكن أن تكون خارجية المنشأ، بل إنها - فقط - داخلية. فالعوامل الخارجية (حوافز - مكافآت ...الخ) هي فقط مجرد محفزات خارجية. يمكن استخدامها للتأثير في دافعتنا الداخلية.
- ج- اجعل العاملين يركزون أساساً على المهم والأساسي: يتطلب هذا من المدير أن يبت في رؤوسه روح المخاطرة، وأن يفكروا في أعمالهم في المنظمة وكأنها عملهم الخاص، وأن يستثير طاقاتهم الكامنة وإمكانياتهم اللامحدودة.

(2) اجعل العاملين يؤدون ويعملون، وكأنهم يؤدون ويعملون لأنفسهم

إذا أراد المدير أن يكون له تأثير على دافعية وأداء من يعملون معه، فأول ما يجب أن يفعله هو أن يعرف ويحدد الأسباب التي تكمن خلف ما يقومون به من مهام وأعمال، أي أن يحدد أغراضهم وأهدافهم، وكذلك أسباب هذه الأغراض والأهداف. فالعاملون لن يصبخوا أكثر دافعية بسبب أهداف وأغراض المدير، ولكنهم يسألون أنفسهم عند قيامهم بأي عمل : ماذا في هذا العمل لنا؟ ما الفائدة التي تعود علينا من القيام به ؟. معنى هذا أن أهم مسئولية للمدير هي أن يعرف ماذا يحرك العاملين ... ماذا يرفع من دافعيتهم، ثم بعد ذلك يساعدهم على أن تتلاقى تلك الدوافع وتنسجم (دوافع العاملين) مع أنشطة وأهداف المنظمة. فنجاحه في الربط بين دوافع وأهداف العاملين من جهة، وأهداف المنظمة من جهة أخرى هو الذي يؤثر إيجابياً في أداء كل عامل من العاملين معه.

ولكن كيف يعرف المدير أنه يستطيع القيام بهذا الربط بكفاءة؟ الإجابة: أنه سوف يعرف ذلك عندما يبدأ العاملون معه في طرح التساؤل التالي : ماذا لنا في هذا العمل؟ ... ما الذي سيعود علينا من أدائه؟. ذلك أنهم في هذه الحالة سوف يبدأون في ملاحظة واكتشاف أن اهتماماتهم وأهدافهم الخاصة تتلاقى وتنسجم مع أهداف المنظمة ككل.

يتعين على كل مدير أن يفهم بوضوح الأساليب الثلاثة التي تستخدم في التأثير على دافعية العاملين، وإيجابيات وسلبيات كل أسلوب منها، إذ سوف يساعده هذا على تحسين قيادة العاملين معه، وخلق المناخ الذي يساعدهم على إعطاء أعلى أداء ممكن، من خلال اكتشافه لما يستثير دافعيتهم الداخلية. والأساليب الثلاثة التي يلجأ إليها معظم المدراء للتأثير على دافعية العاملين، سلباً أو إيجاباً، هي :

أ - التخويف والمناورة والترهيب

لا يجب أبداً أن نعتمد على زيادة دافعية العاملين عن طريق إثارة الخوف لديهم. فالعامل لن يحقق شيئاً، ولن ينجز شيئاً إذا كان خائفاً أو شاعراً بالتهديد من فقدته لعمله أو الاستغناء عنه في أي وقت. بل إن ذلك يؤدي إلى كراهية بعض العاملين للمدير، ومن ثم يقل التواصل والتعاون بين الطرفين. إن الاعتقاد بأن تخويف العاملين وترويعهم، كأسلوب لزيادة دافعيتهم وإنتاجهم، هو اعتقاد خاطئ تماماً، ولن يؤدي - في النهاية - إلا إلى الفشل للمنظمة كل.

ب- سياسة "العصا والجزرة" نادراً ما تأتي بنتائج

يستخدم البعض سياسة "العصا والجزرة" لزيادة الدافعية لدى العاملين، إلا أن هذا الأسلوب لا يؤدي في النهاية إلا إلى انخفاض الأداء. ففي بداية استخدام هذا الأسلوب قد يؤدي العاملين بجدية ويزداد إنتاجهم، وذلك لكي يحصلوا على المكافآت (الجزرة)، ولكن ماذا بعد ذلك؟.

إن أداءهم سوف ينخفض إذا لم تقدم في كل مرة مكافآت (جزرة) أكبر من التي قدمتها من قبل، لأن العاملين قد اعتادوا على ذلك. ومن ثم لن ينتجوا إلا إذا حصلوا على هذا الدفع الخارجي، لأنه لم تتكون بداخلهم دافعية حقيقية، فهم - فقط - يؤدون ليحصلوا على المكافأة.

ج- اعتمد على الأسلوب الذي يشجع النمو الذاتي وتحقيق الأهداف الشخصية للعاملين

على المدير أن يساعد العاملين على أن يدركوا ويقتنعوا بأن لديهم ما يمكنهم أن يقدموه ويسهموا به في نجاح المنظمة، وأن كل دوره هو مساعدتهم على أن يقوموا بذلك. عليه أن يهتم كثيراً بالنمو الذاتي لكل عامل لديه، كأسلوب للتأثير في دافعية هذا العامل، لأنه حينما يعتمد على ذلك، فإنه لن ينجح فقط في الوصول بأداء كل عامل إلى قمته، بل أيضاً بزيادة إنتاجية المنظمة ككل. وهنا سيكون كل من العاملين والمدير والمنظمة رابحاً.

(3) عليك أن تعرف ما الذى يدفع الآخرين ويحفزهم

يجب على كل مدير أن يعرف ما الذى يحفز العاملين معه. فلو استطاع المدير أن يجعل كل عامل معه يؤدي أعمالاً تتناغم وتتسق مع احتياجاته واهتماماته الخاصة، وفي ذات الوقت تحقق أهداف المنظمة، فإنه سيكون لديه عاملين في أعلى مستويات الدافعية، ويعطونه أعلى أداء ممكن.

على المدير أن يجعل من العمل في المنظمة مكاناً يشعر فيه كل عامل بالرضا عن نفسه، وبالرضا عن العمل الذى يؤديه. ولن يحدث ذلك إلا إذا تلاقت احتياجات العامل مع احتياجات العمل، وإلا إذا اهتم المدير بالجانب الإنسانى لدى كل عامل معه، وساعده على تحقيق أهدافه الخاصة، وإشباع احتياجاته.

ولكى ينجح المدير فى ذلك، فعليه أولاً أن يلاحظ - وباهتمام وتركيز - سلوك العاملين معه وهم يعملون، ويكتشف الأسباب التى تجعلهم نشيطين أو متحمسين، والعوامل التى تؤدي - على العكس من ذلك - إلى ضعف همتهم. ثم عليه أن يشجعهم ويحثهم على استخدام طرقهم وأساليبهم الخاصة ما دامت تحقق فى النهاية الأهداف التى ينشدها، وألا يجبرهم على الأداء بنمط ثابت جامد. وكذلك على المدير التعرف على اتجاهات العاملين نحو العمل، ويطلب منهم مقترحاتهم للتحسين، وعليه ألا يهمل تلك الاتجاهات والمقترحات، فهى فى غاية الأهمية، وعليه أن يعتمد عليها فى إجراء التغييرات المطلوبة لتحسين الأداء وزيادة رضا العاملين. والمؤكد أن أى مدير لن يكون قادراً على أن يساعد كل عامل لديه على تحقيق جميع احتياجاته ومتطلباته الشخصية. ومن الخطأ والخطر أن نتوقع أن العمل الذى يقوم به الفرد سوف يحقق أو يتلاقى مع كل احتياجاته الشخصية. ولكن مع ذلك يمكن للمدير أن يعتمد على بعض الأساليب التى تجعل العاملين يدركون أن عملهم يحقق لهم بعض أو كثير من رغباتهم واحتياجاتهم، وهو ما يؤدي إلى زيادة دافعيتهم. ومن أهم تلك الأساليب :

أ - اجعل كل فرد من العاملين معك يشعر بالتميز والتفرد والخصوصية

احترم فردية وخصوصية كل عامل من العاملين معك. فاعترافك للعاملين معك بأن لكل منهم شخصيته وفرديته الخاصة التى تقدرها وتحترمها، فإن ذلك سوف يعنى لهم أنك تحترم وتقدر الإمكانيات والمواهب الخاصة بكل منهم، وتدرك حاجتك وحاجة المنظمة جميعاً، وهو ما سيجعل كل منهم يسعى جاهداً - ومن داخله - لتقديم أحسن ما لديه.

ب- اعتمد على أسلوب العصف الذهني للوصول إلى أنسب وأقوى الإنجازات
العصف الذهني - الذي يقوم به مجموعات العاملين معك - من الوسائل الجيدة في
زيادة دافعيتهم، ذلك لأنك سوف تتعرف من خلاله على رغباتهم وطموحاتهم، وماذا
يريدون من أدائهم لعملهم. ولذلك فعلى المدير أن يطلب من العاملين معه أن يقوموا
بجلسات عصف ذهني تهدف إلى جعل الأداء أعلى وأكفاً. ومن ثم، عليه ألا يتجاهل ما
يقدمونه من أفكار ومقترحات في خلال تلك الجلسات، بل يسعى إلى تحقيقها على أرض
الواقع. وفي حالة تقديمهم لأفكار غير ملائمة، فعليه أن يوضح لهم أسباب عدم ملائمتها
(على الأقل حالياً)، أو أسباب صعوبة تنفيذها الآن.

ج- اهتم دائماً بالعاملين معك، وبأهدافهم وطموحاتهم الذاتية
لا تنسى أبداً أن النمو الذاتي لكل عامل من العاملين معك، ومنحه التقدير والاعتراف،
وتشجيع روح الإبداع لديه، وخلق أهداف وطموحات له، كلها أشياء في غاية الأهمية لزيادة
دافعيتهم. اطلب من العاملين معك أن يصفوا تصوراتهم عن "العمل المثالي" من وجهة
نظرهم؛ أي الأسلوب الذين يطمنون أن يمارسوا أعمالهم من خلاله، وما يحبونه وما لا يحبونه
في ممارستهم لعملهم الآن، واستخدام تلك المعلومات لجعل العمل أكثر إشباعاً لهم،
وليصبحوا أكثر رضا عن عملهم وأنفسهم.

(4) اجعل العاملين يشعرون أنهم شركاء لك وليسوا رؤوسين أو يعملون عندك
أحد أهم أساليب زيادة دافعية وإنتاج العاملين في منظمة ما، هو أن يشعروا أنهم
شركاء في ملكية هذه المنظمة. وأنجح المدراء هو من يستطيع جعل كل عامل لديه يشعر
ويسلك على أساس أنه شريك في المنظمة، والسبب في ذلك أن الفرد عندما يدرك أنه يمتلك
شيئاً ما، فإنه يحرص عليه، ويحميه، ويعمل كل ما يمكنه من أجل تحسينه وزيادته. وكثير
من المنظمات تحرص على أن يوحى اسمها بأن العاملين فيها هم أصحاب العمل، أو شركاء
حقيقيين في تلك المنظمات.

ومن الأساليب التي يمكن للمدراء الاعتماد عليها لجعل كل عامل في المنظمة يشعر
بملكيتهم للمنظمة، وأنه شريك فيها، ما يلي :

أ - شجع العاملين على أن يفكروا باعتبارهم أصحاب المصلحة في المنظمة:
ولا يعني ذلك أن تشاركهم في توزيع الأرباح، أو تجعلهم يمتلكون حصصاً أو
أسهماً في المنظمة، بل تعني أنك كمدير يجب أن تغرس فيهم اتجاهات تجعلهم
يفكرون دائماً وكأنهم ملتزمون أو مسئولون عن المنظمة، وأنهم أصحاب المصلحة

أولاً وأخيراً فيها. عليك أن تغرس فيهم ما يجعلهم يفكرون، ويسلكون على أنهم "أصحاب أعمال"، وليسوا أجراء أو مجرد عاملين. على المدير أن يجعل مشاعر وتفكير العاملين مزيج من أنهم المالكون الفعليون للمنظمة، والحريصون على نجاح ما يقومون به من أعمال. لا بد من غرس كل ما يجعل العامل يدرك أنه مالك المنظمة، وليس مجرد أجير فيها.

ب- وضع وشرح للعاملين كيف يسير العمل في القسم أو المنظمة

ساعد العاملين معك على أن يفهموا جيداً ما يحدث في المنظمة، وكيف يسير العمل وتسير الأمور حولهم، وماذا يحدث في الأقسام الأخرى من المنظمة، ذلك لأنهم عندما يعرفون ذلك، فإنهم سوف يعرفون قدرهم ويدركون أهمية ما يقومون به، وهو ما يدفعهم إلى مزيد من الجودة في أدائهم. على المدير أن يقدم للعاملين معه المعلومات عن تاريخ منظماتهم، ليجعلهم يشعرون بالفخر بها، وبالفخر بهويتهم لأنهم يعملون بها. كذلك أطلعهم على التقارير السنوية للمنظمة، ورؤيتها العامة، وأهدافها، وما تحقّقه من تقدم ونجاح. كذلك عليك أن تساعد العاملين وتحثهم على تحديد ما يمكن أن يفعلوه للإسهام مباشرة في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمنظمة، ثم يتعين عليك - بعد ذلك - أن تعطى لهم الحرية لتنفيذ تلك الأفعال بأسلوبهم الخاص.

ج- ساعد العاملين على أن يشعروا بأنهم أصحاب العمل

إذا أردت من العاملين معك أن يعطوا أكثر وينهمكوا أكثر في عملهم، فعليك أن تساعداهم على أن يجدوا أنفسهم فيما يمارسون من عمل. ولن يمكنك تحقيق ذلك إلا إذا نجحت في جعلهم يدركون أنهم المتحكمون في أعمالهم، وجعلهم يشعرون بالانتماء للمنظمة، وأنهم هم أصحاب ما يمارسونه من عمل.

(5) وضع للعاملين كيف يسير العمل وأمور المنظمة

يحتاج العاملون معك إلى معرفة ليس فقط كيف يؤدون عملهم بكفاءة فحسب، بل يجب أيضاً أن يعرفوا كيف تسير الأمور في المنظمة ككل، وبخاصة ما يتعلق بالجوانب المالية. إنهم في حاجة إلى معرفة كيف تسير الأمور في منظماتهم. والمدير الفعال هو الذي يساعد العاملين معه على فهم المنظمة ككل، وليس فقط ما يحدث في قسمهم، وكيف تسير الأمور، وما تتعرض له المنظمة من منافسة من منظمات أخرى، ويساعدهم كذلك على المخاطرة المحسوبة، وبث روح التفكير الإبداعي وتشجيعهم عليه.

فعندما يعرف العاملون كيف تسير الأمور في منظماتهم، ومصروفاتها المالية، وإيراداتها، سوف يصبحون أكثر دافعية للأداء المتميز والكفاءة. وهناك برامج تدريبية تساعد العاملين على معرفة كيف تكسب منظماتهم ماديًا، ومتى تحصل على مزيد من الأموال، ومتى تخسر أموالاً. أي تعلمهم أسس العمل التجاري السليم، لكي يصبحوا أكثر فهماً لكل جوانب الأمور المالية لمنظماتهم.

وكذلك يمكن للمدير أن يستعين بالأساليب التالية لزيادة دافعية العاملين لمعرفة وفهم الأسس المالية أو الاقتصادية لمنظماتهم:

أ - عرض الوضع المالي

أطلع العاملين على الأوضاع المالية في قسمهم شهرياً، وما تحقق من مكاسب (دخل) وخسائر (مصاريف)، لأن ذلك يساعدهم على فهم كيف يؤثر أداؤهم وأعمالهم في الوضع المالي للمنظمة ككل، وأهمية وخطورة ما يقومون به، وأثره على الوضع المالي لمنظماتهم. والأكثر من ذلك أن توضح لهم - كأمثلة - كيف يؤثر أداء فرد واحد فقط منهم على الوضع المالي للمنظمة كلها. فالمهم هنا أن يرى العاملون معك - من خلال ما تعرض عليهم من بيانات - كيف أن أداء عامل واحد فقط منهم، يمكن أن يؤثر سلباً أو إيجاباً على الوضع المالي لهم، وللمنظمة ككل.

ب- شجع سياسة "الباب المفتوح" في الإدارة

وتعنى تلك السياسة إشراك العاملين في السياسات المالية للمنظمة، وأن يكونوا على علم تام بها، وكذلك أن يعرف العاملون مقدار ما يُصرف عليهم أو يكلفونه للمنظمة، وأيضاً مقدار ما يحققونه ويضيفونه لها. إن بعض المنظمات تعتمد على أن يعرف كل عامل فيها على حده ما يحققه للمنظمة ككل، أي ما يتكلفه وما ينفق عليه، وكذلك ما يحققه للمنظمة من دخل أو ربح.

ج- ساعد العاملين على أن يروا أو يدركوا الصورة الكلية للمنظمة

إنك بإظهارك للصورة الكلية للمنظمة للعاملين معك، وجعلهم يفهمون كيف يؤثر أداؤهم وكل فعل يقومون به على المنظمة ككل، تنمي لديهم التفكير المستو، وتزيد من إدراكهم للأثر الكبير - سواء إيجاباً أو سلباً - لما يقوم به كل واحد منهم من عمل، على المنظمة ككل، وهو ما يزيد من إدراك كل منهم لأهميته ودوره، ومن ثم يزيد دافعيته. إن فهم كل عامل للصورة الكلية للمنظمة، يجعله يدرك أهمية دوره في نجاح المنظمة؛ سواء حالياً أو في مستقبل. من المهم - إذن - أن تساعد العاملين معك على رؤية صورة المنظمة ككل وما يحدث فيها وكيف تسير الأمور، وليس فقط الاهتمام بعمله الخاص أو مهامه المكلف بأدائها.

(6) اجعل العاملين يعرفون من ينافسهم في السوق أو ينافس منظمته

ترتفع دافعية العاملين نسبياً بمجرد أن يفهموا من الذى ينافسهم، وكيف ينافسهم. فلا شئ يجعل العاملين يعملون معاً بروح الفريق الواحد، إلا إدراكهم الجمعى بوجود من ينافسهم كفريق أو جماعة. إذ تستثار هنا همتهم لإثبات ذاتهم ومجابهة التحدى والمنافسة، وهو ما يؤدى إلى أداء أحسن وأكفاً. كذلك يجب أن يفهم العاملون أخطار ما يواجههم من تحديات، وبصفة خاصة الأخطار المتعلقة بخطط الحوافز والمكافآت والأجور، ولكن بشرط ألا يثير ذلك لديهم القلق والخوف الشديد، حتى لا يتدهور الأداء، ولكن بالحجم، والأسلوب، الذى يدفعهم للتغلب على تلك. فليكن هدفك من عرضك تلك المعلومات لهم هو المساعدة على خلق بيئة عمل دافعة لهم، وليحصلوا على مزيد من المزايا المادية. ويكون من المفيد جداً أن تكون معرفة وإدراك العاملين معك لتلك التحديات وتلك المنافسة شيئاً غير معزول، بل يكون جزءاً من إدراكهم للصورة الكلية للمنظمة بكل جوانبها، باعتبار أن تلك التحديات هى جزء من الصورة الكلية.

إن معرفتك ومعلوماتك عن منافسيك أمر فى غاية الأهمية، ويجب استخدام تلك المعلومات لصالح منظمته وتقديمها. وهناك بعض الوسائل التى يمكنك - كمدير - ويمكن للعاملين معك الاعتماد عليها لمعرفة الكثير عن المنافسين، واستخدام ذلك لصالح منظمته، ومن هذه الوسائل :

أ - ساعد العاملين معك على التنافس التجارى فى السوق

وضح للعاملين معك كيف يتنافسون بفاعلية فى السوق، وذلك من خلال تشجيعهم على تعلم المزيد عن المنتج الذى يقدمونه، ووضعه الراهن فى السوق، وكذلك وضعه المستقبلي، والتطورات والتغيرات الحادثة فى هذا المجال. وساعد العاملين على الإطلاع على كل ما يتعلق بمنتهجهم، وآخر الأخبار فى هذا المجال، وتعرف على آرائهم ووجهات نظرهم فى هذا الخصوص. وساعدهم على المناقشات الجماعية - سواء مباشرة أو عبر الانترنت - بخصوص صناعتهم وكل ما يتعلق بها.

ب- قم بإعداد ملفات لمنافسيك

يمكنك تكليف أحد العاملين بجمع المعلومات وإعداد ملفات كاملة عن تاريخ منافسيك ووضعهم الحالى والمستقبلي، وذلك بالاعتماد على موقع هذا المنافس على الإنترنت، وما ينشره من تقارير سنوية. ويجب أن يتضمن هذا الملف كل ما يتعلق بالمنافس ووضع السوق. وبعد ذلك كلف فريق من الأفراد بفحص هذا الملف،

وتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف لدى المنافس في السوق. واستفد من تلك المعلومات في تطوير منظمتك.

ج- اعرف منافسيك، واعرف كيف تتنافس معهم وتكون نداءً لهم
أسهل وأسرع أسلوب لذلك هو أن تجعل العاملين معك يسألون عملاءك عن وضع المنتج الذي تقدمه منظمتك ورأيهم فيه، مقارنة بما يقدمه منافسوك. واحصل على معلومات تفصيلية محددة؛ أي خاصة بالسعر، والجودة، وبحمائية المستهلك... الخ، لتعرف وضعك ووضع منافسك بشكل مفصل. وقم بتوثيق تلك المعلومات، واستفد منها في تحسين إنتاجك وأوضاعك لتظل قادراً على المنافسة والتواجد الفعال في السوق.

(7) شجع العاملين معك على المخاطرة الذكية المحسوبة

إذا كان الكثيرون ممن يعملون معك لا يرحبون بالمخاطرة، فإن ذلك يرجع إلى أنهم لم يعطوا الفرصة لمحاولة ذلك، أو لأنهم غير معتادين على الخروج على السلوك "النمطي والمعتاد"، أو لأنهم يخافون من المخاطرة. وحتى لو نجح العاملون في شئ ما نتيجة مخاطرتهم، فإن عدم الرضا عما وصلوا إليه من نتيجة - بناء على مخاطرتهم - وتأنيبهم على ذلك، يجعلهم لا يرحبون بعد ذلك بأي مبادأة أو مخاطرة. ومع ذلك، ورغم كل شئ، فعلى القائد أو المدير، أن يحدد المسؤوليات لكل عامل معه، ويشجعه على المخاطرة. فعلى كل مدير أن يوصل لكل عامل من العاملين معه الرسالة التالية :- "نريدك قوياً ومخاطراً، بشرط أن تكون حصيماً وسديداً للرؤية وغير متهور".

إن كلا منا يرتكب أخطاءً، والمدير الجيد هو الذي يعرف أنه لا بد أن يقع العاملون معه في أخطاء، ولكن يجب أن يعرف أيضاً أن مساعدة العاملين على المخاطرة، هو مكون أساسي من جعلهم يتحملون مسئولية أعمالهم ويتحمسون لها ويحرصون عليها. ومن ثم، فجزء أساسي من دور المدير هو تشجيع العاملين معه، وتدعيمهم على سلوكيات المخاطرة الذكية المحسوبة.

إن أنسب أسلوب، بل ربما هو الأسلوب الوحيد، لتطوير العامل ووصول أدائه إلى أعلى معدل، هو أن يجرب الأشياء الجديدة، وأن يعمل في منظمة لا تقف في وجه التجديد. ويمكن للمدير الاعتماد على الأفكار والأساليب الثلاثة التالية في خلق البيئة أو ثقافة العمل التي تشجع العاملين على المخاطرة الذكية، وكذلك يشعرون بالراحة والرضا، وهم يقومون بهذه الأشكال من المخاطرة:

أ - أخبر العاملين معك أن المخاطرة ضرورية للنجاح، ولا نجاح بدونها
إن المخاطرة الإبداعية والمحسوبة يمكن أن تؤدي إلى تطوير أي منظمة. ويعني هذا أن
على المدراء والمشرفين أن يساعدوا العاملين على القيام بأعمالهم بطرق وأساليب جديدة،
وأن يجربوا بهدف التطوير والوصول إلى الأحسن، ويشجعونهم على هذا النوع من المخاطرة.
وحتى لو أدت هذه المخاطرة إلى بعض المشاكل أو إلى عدم تحقيق النتائج المخطط لها، فإنه
لا توجد مشكلة في ذلك، لأن العاملين سوف يحاولون من جديد، وبأساليب جديدة. فأهم
شيء أن تدرك - أيها المدير - أن العاملين بشر، ومن ثم فإنهم سوف يخطئون، ولا يجب أن
يمنعك هذا من منعهم من المخاطرة والتجريب.

ب- مكن العاملين وامنحهم سلطة المخاطرة
يمكنك تحقيق ذلك، إذا أشركت العاملين معك، وساهموا بإيجابية في اتخاذ القرار الذي
يتضمن المخاطرة. وأنت كفائد يجب أن تكون مثلاً ونموذجاً للعاملين معك في ظل المخاطرة،
ومحاولتك لأداء كل جديد. كذلك وضح للعاملين معك كيف تأخذ قرارك بالمخاطرة من
عدمها، كيف تُقيّم الموقف ومن ثم تقرر ما إذا كانت المخاطرة - هنا أو في هذا الموقف،
المحدد - مطلوبة ومقبولة أم لا، أنظر للموقف من كافة زواياه، وحدد الجوانب المهمة
والحساسة فيه، ثم قرر ما إذا كانت المخاطرة مفيدة أم لا. وما إذا كانت المنظمة قادرة على
تحمل تبعات هذا القرار أم لا.

ج- شجع ودعم سلوك المخاطرة باعتباره سلوكاً متعلماً
إن المخاطرة ما هي إلا سلوك نتعلمه بالتدريج عبر الزمن خطوة خطوة. وضح
للعاملين معك أن المخاطرة موجودة في كل جوانب حياتنا اليومية، وأنها تمارسها ربما كل يوم،
وفي الكثير من قراراتنا. تمارسها ونحن نتخذ قراراتنا في الزواج، وفي الإنجاب، وفي شراء منزل
أو سيارة أو أي شيء قيم، ونحن نغير وظائفنا أو أعمالنا، أو ننتقل من محل إقامة لآخر...
الخ. لابد أن يتعلم العاملون متى وكيف يخاطرون من أجل تطوير منظماتهم، وأن
يساعدهم المدراء على هذا التعلم.

(8) ادفع العاملين معك على التفكير الإبداعي وحثهم على ذلك

إذا وجدت أن منظمة ما، هي دائماً في حالة من النمو والتطوير، فأعلم أن بها
مدراء تعلموا كيف يواجهون ما يقابلهم من صعوبات وتحديات، وأهم من ذلك
يتوافقون مع ما يحدث من تغييرات، بل ويجعلون التغيير - فيما حولهم - من أهم

أولوياتهم. إن المدراء الذين يشجعون العاملين معهم ويحثونهم على الإبداع والتفكير التغييري الابتكاري، هم أنجح المدراء في زيادة دافعية العاملين معهم.

وأولى خطوات حث العاملين على التفكير الإبداعي أن تحدد بدقة ما لدى هؤلاء العاملين من مخاوف من التفكير الإبداعي. فبعض الناس يعتقد أنه غير قادر أو غير مهياً لكي يفكر إبداعياً (ومن ثم يخاف من هذا النوع من التفكير)، والبعض الآخر يركز دائماً على الجوانب الواقعية العملية، ولا يعطى لنفسه فرصة للتفكير الإبداعي. دع العاملين معك يعرفون أهمية التجريب والتغيير، وألا يقفوا حجر عثرة أمام من يطرح منهم أى فكرة جديدة أو تبدو غريبة على ما ألفوه، وألا ينتقدوا ما يقدمه زملاؤهم من أفكار. وساعدهم على أن يركزوا على كيفية تجريب أفكارهم الجديدة.

إن المدير القادر على بث الدافعية في العاملين معه هو الذى يهيئ "مناخاً حراً" للعاملين معه، يسمح لهم بعرض أى أفكار جديدة تعن لهم مهما كانت تلك الأفكار، ومهما ظهرت - عند الوهلة الأولى - أنها أفكار غير عملية أو غير واقعية. إن مثل تلك "البيئة الحرة" هى التى تشجع العاملين على التخيل، واستخدام هذا التخيل فى الوصول لأفكار تفيد المنظمة، وفى ذات الوقت تجعلهم هم أنفسهم أكثر نجاحاً. وفيما يلى ثلاثة أساليب يمكن استخدامها فى التشجيع على الإبداع والتفكير الإبداعي :

أ - التفكير الجمعى والعصف الذهنى

من الضروري أن يقوم العاملون بجلسات عصف ذهني، ويمكن أن تتم عن بعد عبر الدوائر الصوتية والتليفزيونية، تماماً كما تتم وجها لوجه فى أى غرفة أو مكتب فى المنظمة. ساعد العاملين معك ووفر لهم الظروف التى تجعلهم قادرين على تبادل ومناقشة الأفكار مع عاملين من منظمات أخرى، سواء كانت منظمات قريبة منك أو بعيدة عنك. المهم أن يتحدث العاملون معك عن أفكارهم، ويتناقشون فيها بحرية ودون قيود.

ب- وفر واستخدم الأدوات المساعدة على التفكير الإبداعي

خصص وقتاً محدداً للعاملين لجلسات العصف الذهنى، وافحص ما يتوصلون إليه، أو يناقشونه من أفكار ومناخ جديدة. ولكن لا تكتفى بذلك، بل ساعدهم على تنفيذ تلك الأفكار الجديدة. ومن المهم أيضاً أن توفر لهم كتباً فى موضوع الإبداع والتفكير الإبداعي، وهناك كتب كثيرة فى هذا المجال. وبالإضافة إلى الكتب، عليك أن توفر أى أدوات أخرى سمعية أو بصرية أو اتصالية تشجع العاملين على التفكير الإبداعي.

ج- أكد دائماً وأبرز الجوانب الإيجابية في الحلول الإبداعية

في أي حل إبداعي لموقف أو مشكلة ما، عليك أن تبرز ما في هذا الحل من جوانب إيجابية، وفي ذات الوقت تبرز الجوانب السلبية في الطريقة التقليدية التي كانت تستخدم في التعامل مع هذا الموقف قبل التوصل إلى هذا الحل الإبداعي (أي إبراز إيجابيات الجديد وسلبات القديم). واحرص تماماً على عدم معاقبة أي شخص يعمل معك، عندما يحاول تجريب شئ جديد، حتى ولو أدى به ذلك إلى الوقوع في خطأ كبيراً، بل شجعه وشجع الآخرين على الاستفادة من تلك الأخطاء. إن جزءاً أساسياً من مسئولية المدير هو التشجيع على التعبير الحر، وأن يأتي العاملون بكل ما هو جديد ومتمرد، والبعد عن التفكير التقليدي "المعلب وسابق التجهيز والنمطي".

(9) أكد وثبت الربط بين الدافعية والأداء الفعلى

على المدير أو القائد أن يعرف أن هناك ارتباطاً مباشراً بين دافعية العامل من جهة ومستوى أدائه الفعلى من جهة أخرى. وهذه العلاقة ربما تكون إيجابية وفعالة إذا كانت ثقافة المنظمة تعمل على ذلك، وتبث في العاملين روح الحماسة والإثارة. والمنظمة التي تنجح في خلق تلك العلاقة الإيجابية بين الدافعية والأداء، تنجح في كل من : رضا عملائها، ورضا العاملين بها. إن الارتباط بين الدافعية والأداء أمر واضح للعيان، ويظهر على أرض الواقع في كل من كم الإنتاج وكيفه. وثمة ثلاثة عوامل يجب على المدير أخذها في اعتباره عندما يقوم بالربط بين الدافعية - لدى العاملين معه - والأداء المرتفع كما وكيفاً :

أ - اعرف تأثيرك على العاملين معك

يعتقد كل المدراء في موقف ما، بأنه ليس لهم أى تأثير - أو تأثير ضعيف - على دافعية العاملين معهم. والواقع أن أى مدير لا يستطيع دائماً، وفي كل الأحوال، أن يتحكم في بعض العوامل التي تؤثر في تحفيز العاملين معه وزيادة دافعتهم للعمل، لأنها عوامل خارج نطاق سيطرته، إلا أنه مع ذلك يظل له تأثيره المباشر على الربط بين دافعية العاملين معه من جهة، وأدائهم وإنتاجهم من جهة أخرى. وعليك - كمدير - أن تتعلم وتستفيد من خبرات المدراء الآخرين، والأساليب التي يستخدمونها، وتنجح في زيادة دافعية العاملين معهم، وحاول أن تجربها وتستخدمها مع العاملين معك إذا وجدت أنها مناسبة. والمهم في تلك الأساليب أن تكون قادرة على إظهار بصمتك الخاصة والسلوك الخاص بك في القيادة، وأن تكون ملائمة لطبيعة العمل الذي تقومون به، وملائمة لمهارات العاملين معك.

ب- تأكد أن العاملين معك يعرفون معنى "الأداء"

لا تفترض أبداً أن العاملين معك سوف يعرفون تلقائياً ماذا تعنى أنت بالأداء (الأداء الجيد أو الأداء السيئ)، بل من مسئوليتك أن تحدد لهم وبوضوح وبدقة معايير الأداء المطلوب منهم. عليك أن تفكر في "الأداء" بمفاهيمك الخاصة، ثم بعد ذلك تنقل لهم ذلك بوضوح وبمنتهى الدقة، وتفسر لهم ما تقصده بالضبط. ففي هذه الحالة (عندما يعرفون بدقة ووضوح معايير الأداء المطلوب منهم) فقط، ستكون قادراً على الربط بين الأداء والدافعية بنجاح.

ج- أخبر العاملين معك بما تتوقعه منهم، وبشكل محدد

على كل مدير أن يكون قادراً على الإجابة عن الأسئلة التالية، إذا سألها أو وجهها له أى عامل من العاملين معه : ماذا تتوقع منى بالضبط؟. ما دورى بالتحديد في الجماعة التي أعمل معها، وفي المنظمة ككل؟. متى يعتبر أدائي غير مقبول، أو لا تتوافر فيه المعايير المطلوبة؟. ماذا يجب أن أفعل لكي أصل إلى الأداء المقبول وأحقق في أدائي المعايير المطلوبة؟. وعلى المدير أن يكون واضحاً وصريحاً ومحددًا في إجابته عن تلك الأسئلة لكل عامل. فالمدير الذي يوضح للعامل ما يتوقعه منه وبوضوح وبالتفصيل، يزيد من فرص هذا العامل في تحقيق المطلوب منه أو ما يتوقعه مديره منه.

(10) ساعد العاملين معك على تحقيق أقصى أداء ممكن

إحدى النقاط الأساسية في تحفيز العاملين هي كيف تساعدهم على أن يكونوا مدفوعين من داخلهم، وكذلك كيف يمكنك - كمدير أو كقائد - أن تمارس تأثيراً فعالاً على العوامل والقوى التي ربما تعيق العاملين معك على تحقيق أقصى أداء ممكن لديهم. وفي هذه النقطة (العاشرة)، والتي تليها (الحادية عشرة)، نركز على كيف يمكن للعاملين أنفسهم أن يسلكوا هذا الاتجاه، وينموا أنفسهم، بحيث يمكنهم تحويل الدافعية أو يترجموها إلى أداء قوى وإنتاجية مرتفعة. ويمكن تحقيق ذلك من خلال الأساليب التالية:

أ- ساعد العاملين على أن يكونوا طموحين، وأن يسعوا إلى ما هو أكبر وأعلى من أدائهم النمطي المحدد

ساعد العاملين معك على النظر والسعى لما هو أبعد وأكبر من وضعهم الحالي المتمثل في أدائهم العمل نفسه بأسلوب واحد. ساعدهم على أن ينظروا لعملهم بروح التحدي التي تهدف إلى تخطي الحدود المألوفة والعادية. ساعدهم على

أن يروا "الصورة كاملة"، والدور الذي يلعبونه في تلك "الصورة المتكاملة". لا يجب أن يتم فرض الطموحات الكبرى عليهم، بل يجب أن تنبع من داخلهم، ويكونوا هم الراغبون في ذلك، ويكون دورك كمدير هو فقط أن تساعدكهم على أن يطوروا أنفسهم، ويدركوا أن هذا التطور هو لمصلحتهم الذاتية. ويمكنك أن تنجح في ذلك بأن تجعل كلاً منهم يحدد لنفسه أهدافاً تفوق ما هو قائم بالفعل. وكذلك، فإنك عندما توضح لهم كيف يؤثر عملهم في المنطقة ويضيف إليها ويزيد من أهميتها، وكيف أن عملهم يؤثر في أعمال الآخرين في المنظمة، فإنهم سوف يبدؤون في البحث عن طرق مختلفة لتطوير أنفسهم وتنمية قدراتهم وإمكانياتهم.

ب- وضع معايير واضحة ومحددة

حدد بدقة المعايير المطلوبة لكل عمل أو مهمة، وكذلك المعايير التي في ضوءها يعتبر الأداء غير مقبول. ومن المهم أن تشرك العاملين معك في هذه العملية. واحرص على أن تناقش مع العاملين الصعوبات والمعوقات التي تواجههم وتحول بينهم وبين الأداء وفق تلك المعايير. فهذه المناقشة ضرورية جداً قبل الاتفاق النهائي ووضع المعايير التي سيتم العمل مستقبلاً على أساسها. وإشراكك للعاملين يجعلهم أكثر فهماً لتلك المعايير، وللأسباب التي وضعت على أساسها، ومن ثم أكثر تفهماً وقبولاً لها، والرضا على العمل في ضوءها، وهو ما يزيد من دافعيتهم والسعي إلى النجاح لكي يحققوا تلك المعايير التي شاركوا في وضعها وارتضوا بها.

ج- حدد لكل عامل مسؤولياته بوضوح وبدقة

تأكد تماماً من أن كل عامل معك يعرف دوره ومسؤولياته جيداً، لأن ذلك يقلل كثيراً من الارتباك والخلط، ويساعد كل عامل على أن يقوم بمهمته خير قيام، ويسهل من سلاسة العمل. كذلك يجب أن يدرك كل عامل أنه صاحب سلطة اتخاذ القرار في مرحلة ما أو جانب ما من العمل الذي يقوم به، ولكن كن حريصاً في تلك النقطة. فالهدف ليس هو أن تزيد من أعباء العامل أو كثرة مسؤولياته. كذلك فكل عامل معك في حاجة إلى أن يدرك أنك تقدر مجهوده وعمله، وأنتك تمده وتعطيه الفرص للتعلم والنمو والتفوق في أدائه لعمله. يجب أن يشعر العاملون معك أنه مما يسعدكهم كثيراً أن يصلوا إلى أعلى درجات الأداء.

(11) أشرك العاملين في أفكارك، واشترك معهم في أفكارهم

كلما زادت معارف وأفكار ومدخلات العامل عن العمل أو المهمة التي نتوقع منه أدائها، زاد احتمال أن يقترب هذا العامل منك (كمدير) ليتعرف على أفكارك

الخاصة بالكيفية التي يمكنه بها أن يؤدي هذا العمل، أو تلك المهمة بأحسن ما يكون الأداء. فعندما يعرف العاملون معك أنك حقيقة حريص على أدائهم، ومستعد ومرحب بأن تستمع إلى أفكارهم من أجل التحسين والتطوير، فإن دافعيتهم ورغبتهم لقبول أفكارك واقتراحاتك سوف تكون مرتفعة.

إن الاشتراك المتبادل بين المدير والعامل معه في الأفكار، وتبنى كل منهما لأفكار الآخر واقتراحاته، يعنى أنه لا إكبار من المدير لهم، ولا فرض لأفكاره عليهم، بل - على العكس - يسمح لكل عامل أن يستثمر قدراته وطاقاته الخاصة، وكأنه رجل أعمال أو مستثمر يُقدم ومن تلقاء ذاته وبإيمان من داخله على المخاطرة في مشروع ما. إن معنى هذا أنك يجب عليك كمدير أن تعطى للعاملين الفرصة لكي يكونوا منخرطين، وكأنهم أصحاب الشأن، وأن أفكارهم وما يترتب عليها من نتائج، سوف يعود عليهم إما إيجاباً وإما سلباً. فإذا فعلت ذلك، فإنك سوف تجعلهم ينشدون الأفضل والأحسن (لأنه سيكون لصالحهم)، ويتبنون معايير مرتفعة للأداء. ويمكنك النجاح في ذلك عن طريق الأساليب الثلاثة التالية:

أ - اجعل للعاملين دوراً في تحديد معايير العمل والأداء

عندما تشرك العاملين معك في وضع وتحديد معايير العمل والأداء، فإنهم سوف يتحمسون لمشاركتك أفكارك واقتراحاتك بهدف التحسين والتطوير. ضع في اعتبارك دائماً أنه - تقريباً - كل العاملين لديهم الرغبة القوية في أن يكون لهم دور ورأى في وضع وتحديد المتوقع منهم عمله، وأنك حينما تسمح لهم بتلك المشاركة، فإنك سوف تحصل منهم على أكثر مما تتوقع.

ب- وثق ما اتفقت عليه أنت والعاملين معك

احرص على أن تكتب قائمة بمعايير الأداء التي توصلت إليها وارتضيت بها - أنت والعاملون معك - توضح صراحة ما هو متوقع من كل عامل أو ما يجب أن يقوم به. فتلك القائمة المكتوبة سوف تساعد الجميع على تحقيق أهدافه، وتساعد كذلك على أن يظل الجميع في حالة مرتفعة من الدافعية. بعد ذلك حدد بدقة ما الذي يجب أن يحدث لكي تتحقق تلك الأهداف واقعياً في كل مجال من مجالات العمل. وعليك أن تحرص على أن يأخذ كل عامل نسخة من تلك الوثيقة المكتوبة الموضحة لتوقعات العمل وأهدافه. وعند انتهاء العمل، قارن وناقش ما تم التوصل إليه، مقارناً بما هو موضوع من معايير وتوقعات في تلك الوثيقة.

ج- ضع خطة للعمل، وانطلق منها

بعد أن وضعت أنت والعاملون معك معايير الأداء، يتم التحديد الدقيق لما يجب أن يقوم به كل عامل. كذلك يجب أن تعرف جوانب قوة كل عامل أو ما يجيده ويتقنه من تلك المهام، وأيها يصعب عليه - مقارنة بزميل آخر له - أن يقوم بها، وبعد كل ذلك ضع خطة العمل في ضوء خبرة وكفاءة كل عامل. ويتعين عليك أن تترك كل عامل يعرف أنه بمجرد أن يبدأ العمل ويدرك مدى صعوبته أو سهولته، وما ينطوى عليه من عراقيل (يعنى تكون لديه صورة متكاملة عما هو مطلوب منه)، فإنك هنا مستعد لأن تسمع منه رأيه وتوقعاته عما يمكن أن ينجزه. وهنا يبدأ العمل في الانطلاق، وعليك أنت كمدير القيام بالملاحظة والمتابعة الدائمة، ولا يجب أن تنتظر حتى ينتهى العمل أو المشروع ثم تصح وتناقش ما وقع فيه العاملون من أخطاء، بل لابد أن تكون المتابعة والتصحيح أولاً بأول. فالمتابعة أولاً بأول ضرورية، لإعطاء العاملين عائداً مباشراً، هم بحاجة إليه ليعرفوا تقييم أدائهم فور قيامهم به. وكذلك، فالمتابعة المباشرة ضرورية للحفاظ على دافعية العاملين مرتفعة طوال رحلة العمل من أوله لآخره.

(12) حرص على أن تكون المكافآت والحوافز، وأسس منحها، واضحة تماماً للجميع

يجب أن يكون العاملون على علم مسبق بما سوف يحصلون عليه إذا أدوا أعمالهم وفقاً للمعايير المطلوبة، أو تفوقوا عليها. ويجب أن يكون نظام المكافآت والحوافز الخاص بذلك واضحاً جداً. وبمعنى آخر، يجب أن يعرف العاملون ما سوف يعود عليهم من فوائد إذا أدوا أعمالهم وفقاً للمعايير المطلوبة. ومن الناحية الاقتصادية البحتة، يكون من الخطأ تصور أن الأداء المرتفع للعاملين، ومن ثم حصولهم على حوافز ومكافآت، سوف يزيد من مصاريف المنظمة (ما تدفعه لهم من حوافز ومكافآت مقابل الإجابة). فالعكس هو الصحيح، إذ أن تلك المصروفات الزائدة هو مقابل بسيط لنجاح كبير وأداء قوى ودافعية عالية.

ويجب أن يكون التدعيم (الحوافز والمكافآت) مباشراً وفي الحال؛ أى بمجرد تحقيق الهدف المنشود، حتى يتعلم العاملون ويربطون بين المكافأة والسلوك (الأداء المرتفع) الذى أدى بهم للحصول على تلك المكافأة. وإياك والتسويق أو الوعود الكاذبة، لأن ذلك يقلل كثيراً من ثقة العاملين بك. وكذلك لا تجعل وعدك للعاملين بالحصول على مكافأة، هو السبب الرئيسى لأدائهم المرتفع. والخلاصة هى أن

المدير الناجح هو الذى يجعل العاملين معه يعتقدون أن المكافآت والحوافز هى اعتراف منه ومن المنظمة بأنهم أدوا عملهم على خير وجه، وليست الحوافز والمكافآت هى الهدف الوحيد من أدائهم لعملهم بالصورة المأمولة. ومن المهم جداً أن تأتى المكافأة متسقة ومناسبة مع شخصية العاملين وحاجاتهم واهتماماتهم، فما يعد مناسباً لعامل ما، ربما لا يكون مكافأة مناسبة لعامل آخر.

وفيما يلى بعض الأشكال الإيجابية للتدعيم، غير المكلفة مادياً، ومرتفعة القيمة، وتجعل العامل يشعر بالتقدير والاعتراف، وأنتك تشنى على ما قدمه من عمل:

أ - أعط العامل مزيداً من الاستقلالية

فهذا يشعر العامل أنك تثق به، وتؤمن بأنه قادر على اتخاذ القرارات الصحيحة بالنسبة لعمله. وكذلك فإن منح العامل مزيداً من الاستقلالية، يزيد من شعوره بالمسئولية.

ب- اجعل الآخرين داخل المنظمة يعرفون ما قام به هذا العامل من أداء جيد

أرسل للآخرين - سواء عن طريق البريد الإلكتروني أو بالأوراق - تخبرهم بالأداء الجيد الذى قام به العامل، واجعل الجميع يعرف بذلك، موضحاً تقديرك واعترافك بانجاز هذا العمل. كذلك يمكنك مكافأة هذا العامل بإمداده بأجهزة وأدوات إضافية ذات صلة بعمله، كجهاز حاسب آلي أو كتب ... الخ.

ج- احتفل بهذا النجاح الذى أحرزه العاملون

وهذا يعنى مزيداً من الاعتراف، أو اعتراف وتقدير خاص، كأن تقدم له شهادة تقدير، وكتابة اسمه فى لوحة شرف، أو تقديم ميدالية أو تذكار له ... الخ. كذلك فهناك الاحتفالات السنوية والنصف سنوية والربع سنوية والشهرية للناجحين والمتميزين. أيضاً يمكن إعطاء العامل - أو العاملين - الفرصة لسرد نجاحهم فى لقاءات ومؤتمرات يتواجد فيها باقى العاملين، وقادة المنظمة.

(13) توقع دائماً الأحسن والأكفأ من العاملين معك

توجد دائماً وأبداً توقعات لدى المدراء بخصوص أداء العاملين معهم. وقد أشارت نتائج الدراسات، أنه فى أى منظمة، يوجد ارتباط وثيق بين ما يتوقع من العاملين، وأداء وكفاءة، بل ودافعية هؤلاء العاملين. ويعنى هذا أن المدير الذى يتوقع الكثير والجيد من العاملين معه، فإنه بذلك يمتلك أداة أو وسيلة فعالة لتحسين وتطوير أدائهم داخل منظمته، وزيادة دافعيتهم.

الأداء - إذن - مسألة مرتبطة بالتوقعات. فلا شك أن توقعات المدراء والمشرفين من العاملين معهم، تؤثر في أسلوب تفاعلهم معهم. والمدير الذي لا يتوقع الكثير ممن يعملون معه، سوف يجعلهم - نتيجة لذلك - يشعرون بعدم الكفاءة ويكون أداؤهم ضعيفاً. لماذا؟ لأن توقعاته منهم تؤثر بقوة في رغبتهم في أن يؤديوا بكفاءة. إن ما يجب أن ننتبه إليه هو أن الآخرين عادة ما يحاولون أن يسلوكوا في ضوء ما نتوقعه منهم، وأن يحققوا تلك التوقعات. وبالتالي، فمن الضروري أن نتوقع الأحسن والأكفأ من الآخرين، حتى ولو لم ينجحوا في تحقيق ما نتوقعه بالضبط منهم. وفيما يلي عدد من الأفكار التي يمكن للمدراء الاعتماد عليها، للحصول على أحسن وأكفأ ما لدى العاملين معهم :

أ - حدد بوضوح ما تريده وتوقعه من العاملين معك

أشرنا إلى أن التوقعات ترتبط وتؤثر في السلوك والأداء. وإذا أردت من العاملين معك أن يقدموا أحسن ما عندهم، فعليك أن تحدد لهم أداء أنت تعرف أنه أعلى أو أكبر من الطبيعي، أو أعلى من المحتمل تحقيقه بالفعل. ويصدق هذا بصفة خاصة إذا كنت تثق في أن العاملين معك يمكنهم تحقيق ذلك، وأيضاً عندما تمدهم بالمعلومات والأدوات والوسائل التي يحتاجون إليها لتحقيق ما نتوقعه منهم. ففي هذه الحالة يكون من السهل أن يشعروا بالدافعية والقدرة على تحقيق ما توقعته (وأصبحوا هم معك يتوقعونه أيضاً) منهم.

ب- اعتمد على مبدأ : "الناس يسلكون وفق توقعاتهم"

عليك أن تعرف أن هناك ميلاً طبيعياً لدى الفرد، لأن يسلك دائماً بالشكل الذي يتسق مع توقعاته. فأداء العاملين يتحسن كثيراً، إذا أخبرهم المدير مسبقاً وقبل أن يبدأوا العمل، بأنهم مجموعة متميزة وذوى إمكانيات وقدرات عالية، أو أنهم قادرون على الأداء المتميز وبث الثقة والتقدير في العاملين معك، وقم بالآتي: اخلق بيئة مشجعة على الأداء المرتفع، ووزع مكافآت العمل الناجح أو الممتاز، وأوحى للعاملين دائماً بالأداء مرتفع المستوى، وأنتك تتوقع منهم دائماً الأعلى.

ج- اخلق بيئة تصلح للأداء العالي، والإنتاج المرتفع

إذا أردت أن تزيد من دافعية العاملين معك بشكل حقيقى وجوهري، فيجب أن تخطط وبشكل عمدي لخلق البيئة والظروف المؤدية والموصلة للمستوى الأعلى من الأداء، تلك البيئة التي يكون فيها كل عامل في المنظمة واعياً تماماً بأهداف المنظمة، ومركزاً على تحقيقها، ويكون العمل الذي يؤديه الفرد مثيراً له ومثيراً لتحديه، وأن يشعر العاملون بالتقدير والاحترام، وأن يشعروا أن الموارد التي

يحتاجونها متوفرة لهم، وأن كلاً منهم يساعد الآخر ويدعمه دون أن يطلب منه أحد أن يفعل ذلك، حيث إن السائد هو التعاون الإيجابي الفعال.

(14) أطلق شرارة الأداء الناجح، وأفعل كل ما من شأنه أن يؤدي لذلك

إذا أردت أن تطلق حقيقة شرارة الأداء الناجح لدى العاملين معك، فإنك تحتاج إلى حثهم وتحفيزهم ليصلوا إلى مستويات عالية من الأداء والإنتاجية. إن القادة العظام دائماً هم من يملكون القدرة على إلهاب حماس الآخرين، وبث روح التفاؤل فيهم، وجعلهم يؤمنون بأن الغد أحسن من اليوم. وأنت كمدير يمكنك أيضاً أن تخلق البيئة التي تحت العاملين معك على النظر دائماً إلى المستوى الأعلى من الأداء والإنجاز، والمستوى الأعلى من الرضا، والتفوق الشخصي لكل عامل معك. وعليك كمدير أن تفعل ما من شأنه أن يجعل العاملين معك يعتقدون أنك مخلص وصادق في كل ما تفعله بهدف مساعدتهم على تحقيق أعلى أداء. ويمكنك النجاح في ذلك إذا اتبعت الأساليب التالية :

أ - تعرف على أفكار ومقترحات كل عامل لديك بخصوص بيئة العمل وكيفية تحسينها. وفي ضوء تلك الأفكار والمقترحات قم بإعداد خطتك (خطة العمل) ودع العاملين معك يترجمونها إلى أفعال. وهنا سيأتي دور وأهمية الدافعية.

ب- وضح وأكد التزامك الشخصي ومسئوليتك الشخصية لفريق العاملين معك. وبمعنى آخر، فإنك أيضاً يجب أن يكون بداخلك شرارة الحماسة تجاه عملك ومسئولياتك. واحرص دائماً على تقدير ومكافأة التزام العاملين معك.

ج- اربط دائماً بين نجاح فريقك (فريق العمل معك) ونجاح المنظمة ككل. إن استخدامك لتلك الاستراتيجيات سوف يساعدك على القيام بالأفعال أو السلوكيات التي تكون مفيدة لكل من العاملين معك، وللمنظمة التي تعملون بها. وهناك وسائل أخرى لإشعال الحماسة، وإطلاق شرارة النجاح لدى العاملين معك، منها :

1- وزع المكافآت على كل من يساهم في النجاح

إن أحد الأهداف المهمة لأي برنامج للدافعية، هو مساعدة العاملين على الشعور بأن العمل في ذاته، أو ممارستهم للعمل في ذاته، هو مكافأة. والمدراء يدعمون الدافعية العادية أو الطبيعية عندما يجعلون العاملين يشعرون بالمتعة بالمكافآت التي يحصلون عليها نتيجة ما أدوه من عمل. ولذلك، فإن توزيع المكافآت على كل من يساهم في نجاح المنظمة هو أمر ضروري. وعلى سبيل المثال، فإذا

استطاع عامل أو مجموعة من العاملين أن يحسن من عمل ما أو يطور، أو يوفر للمنظمة قدراً من المال، فعليك أن توزع عليهم تلك المكافآت، مراعيًا دور كل واحد منهم، ونسبة ما يستحقه من المكافأة.

2- امدحهم وقدرهم واحتفى بهم

بالإضافة إلى المكافأة المالية، توجد أساليب أخرى لتوزيع مكافآت الأداء الناجح. وعلى سبيل المثال، فسوف يدهشك أثر ما تقدمه من مدح أو إطراء للعامل - أو العاملين - الذى أسهم فى هذا النجاح. واحرص على أن تمدحه مباشرة، أى وجهاً لوجه، ثم بعد ذلك أرسل له خطاب شكر تعبر فيه عن تقديرك وإعجابك به. والخطاب المكتوب بخطك سيكون أثره أكبر من المطبوع أو المكتوب على الحاسب الآلي. واحرص دائماً على أن تكون محدداً تماماً فى مدحك؛ أى تبين وبوضوح شديد سبب مدحك له أو إطرائك عليه.

3- التدريب، التدريب، التدريب

لا شئ يؤدي إلى الأداء الناجح، ويشكل تلك الروح لدى العاملين، أكثر من التدريب. فاحرص على إعطاء العاملين فرصاً للتعلم المستمر، سواء داخل أو خارج المنظمة. ذلك لأن هذا سوف يشعرهم بأنه "ثروة" أنت تحافظ عليها، وتحرص على تنميتها. احرص دائماً على أن يتطور كل عامل لديك، سواء تطور شخصى إنسانى، أو تطور مهني، وسوف تلاحظ أن ذلك يزيد كثيراً من دافعيته. فعندما يتم تدريب العاملين، أو يتعرضون لأية مواقف تهدف إلى زيادة قدراتهم وكفاءتهم، فإن ذلك يعنى لهم أن إدارة المنظمة - تقدر أداءهم، وتريد مساعدتهم على التطوير المستمر لمهاراتهم. ومن الضروري جداً أن تحرص - كمدير - على أن تعطى العامل الفرصة مباشرة لتطبيق واستخدام ما تعلمه من مهارات جديدة نتيجة هذا التدريب، فهذا أمر ضرورى لكى يؤتى التدريب ثماره، ويستفيد العاملون مما تدربوا عليه أقصى استفادة ممكنة.

(15) قدم المحفزات، وكل ما يرفع من الروح المعنوية للعاملين معك، وأبدع فى ذلك أحد الأساليب التى يستخدمها المدراء لإثراء مكان العمل وجعله أكثر جذباً، هو تعظيم الفوائد والمنافع التى تعود على الفرد الذى يعمل فى هذا المكان. لقد انتهى الزمن الذى كانت المنظمة التى يعمل بها الفرد، لا تقدم له إلا بعض الخدمات الصحية، وأصبحنا الآن فى زمن تتبارى فيه المنظمات، وتبدع فيما تقدمه

للعاملين فيها من خدمات ومزايا ومحفزات. إن المدير الناجح هو الذى يبدع فيما يقدمه للعاملين معه من محفزات قادرة على استثارتهم ورفع روحهم المعنوية وزيادة دافعيتهم. والكثير من المنظمات العالمية الكبرى تعتمد على نظام محفزات، وتقدم للعاملين بها ما يمكن أن يسمى بمنشطات ومعززات الدافعية، والتي تؤدى إلى رفع مستوى الإنتاجية من جهة، وزيادة رضا وسعادة العاملين من جهة أخرى. من ذلك مثلاً : أنه إذا تأخر العامل في عمله حتى منتصف الليل، فإن المنظمة تؤجر له سيارة "ليموزين" ليعود بها إلى منزله !! ومنظمة أخرى توفر للعامل سيارة إذا تعطلت سيارته الخاصة، أو كانت في الصيانة. ومنظمة ثالثة توفر لأى عامل فيها سيارة فخمة في يوم زواجه ليزف بها، أو تعطيه مبلغاً من المال، وأسبوع إجازة!! ومنظمة رابعة توفر للعاملين حجرات نوم فخمة ومريحة ليقضوا فيها فترة القيلولة. ومنظمة أخرى تعطى للزوج أسبوعين إجازة مدفوعة الأجر عندما تنجب زوجته... الخ. أى أن المنظمات تحاول أن تقدم للعاملين كل ما يرضيهم ويشعرهم بالتميز، ويزيد من دافعيتهم.

وتلك بعض الأفكار التي تساعد المدير على أن يكون مبدعاً فيما يقدمه للعاملين معه من محفزات ومنشطات للدافعية :

أ - كن مرناً مع العاملين

إن التشدد والخطرسة في التعامل مع العاملين أمر ممقوت تماماً. ذلك لأن المرونة هى أهم ما يحتاجه العاملون من المدير الذى يشرف عليهم. ومن صور المرونة التي يحتاج إليها معظم العاملين في المنظمات المختلفة : توافر وسائل الاتصال والسماح باستخدامها، وجداول عمل مرنة، والمشاركة في العمل أو توزيعه بشكل عادل، وحرية العامل في اختيار ساعات عمله، كأن يختار أن يعمل عشر ساعات يومياً لمدة أربعة أيام فقط في الأسبوع بدلاً من ثمانى ساعات يومياً لمدة خمسة أيام، وإمكانية ترك العمل لقضاء أمر ملح، أو عند الطوارئ، أو عند حدوث شئ طارئ له أو لأحد من أسرته.

ب- دُعّم وارفح الدافعية بدون أن تقدم للعامل نقوداً أو مقابلات مادياً

يمكنك زيادة دافعية العاملين معك دون الحاجة إلى أن تقدم لهم نقوداً أو مقابلات مادياً، بل بتقديم محفزات أخرى مثل : كتابة كلمة شكر وتعليقها على باب غرفة الموظف، وخصص يوم يقوم فيه المدراء بغسل سيارات الموظفين!!، وقم بعمل لقاءات لتهنئة الناجحين ورفع روحهم المعنوية، وأدعو الموظف على الغذاء أو

العشاء، خصص مكاناً خاصاً لهذا الموظف ليتمكن فيه سيارته لمدة شهر كامل مثلاً، قدم له بعض الورود... الخ ذلك من أفكار جديدة تجد أنها ملائمة.

ج- كن فعالاً ومؤثراً وإيجابياً

لكي ينجح المدير في زيادة دافعية العاملين معه، عليه أن يكون نموذجاً وقدوة فيما يتوقعه منهم، فانقل حماسك لهم وذكرهم بأنه من الممكن التغلب على أي مشكلات، واذكر لهم مادحاً وشاركراً الأفراد الذين نجحوا في تخطي ما واجههم من صعوبات، وركز دائماً على الجوانب الإيجابية فيما يعرض عليك من أفكار ومقترحات، واحرص على مقابلة العاملين معك سواء فردياً أو في جماعات، وبخاصة عندما تكون الروح المعنوية لهم منخفضة، وعبر عن تفاؤلك وثقتك في العاملين معك، وركز على الأهداف والنجاحات الصغيرة والمؤثرة وليس فقط على الأهداف الكبرى والصعبة، واجعل العمل أمراً ممتعاً لا يخلو من المزاح، واحتفلي واحتفل بأقل تقدم أو نجاح يحققه العامل.

(16) بث قوتك وانشرها في العاملين معك (وزع سلطتك عليهم)

يجب أن تجعل العاملين معك أقوياء أو يشعرون بالقوة. فإذا أردت حقاً أن تجعلهم كالتيار المتدفق القوى، فأول ما يجب أن تفعله هو أن تفصح أنت عن قوتك، وتنشرها فيهم.

إن المدير الناجح هو الذي يكون واعياً بالمبدأ التالي : عندما يشعر العاملون بالقوة والثقة والكفاءة، فإنهم يستطيعون تحقيق وإنجاز الكثير. أما إذا شعروا بعدم القيمة أو التفاهة، وحرُموا من تحمل المسؤولية، والسلطة، فإن أداءهم سوف يهبط بشكل كبير، ويزداد تزمهرهم وعدم رضاهم. ولهذا، فإن المدير الناجح لا يتوقف عن بث قوته في العاملين معه. أما المدير الفاشل، فهو الذي لا يفعل ذلك ويحرص على أن تكون كل القوة لديه وحده، وجميع السلطات في يده. إن على المدير أن يعرف أنه لم يأت كمدير ليمسك كل القوة والسلطات في يده، فتلك القوة والسلطة ما هي إلا أداة لتحقيق هدف نهائي. ومن ثم، فإن من مسؤوليته - كمدير يحفز العاملين معه ويزيد من دافعيتهم - أن يستخدم ما يتمتع به من سلطة في تحقيق نتائج وأهداف محددة، وأن يستخدمها لمساعدة العاملين معه على الأداء الأحسن.

فالمدير عندما يوزع وينشر قوته وسلطته على العاملين معه، فإنه بذلك يشركهم معه في المسؤولية والسلطة. ومن ثم، يجد العاملون أنفسهم أكثر دافعية للعمل، ويتخفف هو من كثير من الأعباء (التفرغ للشوابع والعقاب)، حيث سيجد أن

هؤلاء العاملين يؤدون أداء جيداً بأقل تدخل منه. وفيما يلي بعض الأفكار التي تساعد المدير على النجاح في ذلك:

أ - ساعد العاملين على تقبل تحمل المسؤولية لزيادة الدافعية
عندما يعتمد العاملون على أنفسهم في أن تظل دافعيتهم عالية (أكثر من اعتمادهم على عوامل خارجية تهدف إلى أن تظل دافعيتهم عالية)، فإنهم سوف يقبلون بتحمل المسؤولية. وعندما يقبلون تحمل المسؤولية، فإنهم يدركون بذلك أنهم أصبحوا المسؤولين عن نجاحهم من عدمه. وبناء على ذلك، فلن تشجع وتزيد من المسؤولية الشخصية التي تؤدي إلى الدافعية، فعليك أن تعطي للعاملين معك المسؤولية الكاملة في إنجاز مهام أو أهداف محددة أو مشروع بعينه، حتى يدركوا أنه هدفهم أو مشروعهم الخاص، وأعطى لهم السلطة كاملة لتنفيذه عملياً بالأسلوب الذي يرونه. وعليك أن تتذكر جيداً أن أهم معوقات زيادة الدافعية لدى فرد ما، هو أن تعطي هذا الفرد مسؤولية عمل ما، ثم بعد ذلك تتدخل وتطلب منه أن يؤدي هذا العمل بأسلوب معين تراه أنت. وعلى المدير الجيد ألا يقع في مثل هذا الخطأ.

ب- دع العاملين معك يأخذون القوة والسلطة
المدير الذي يعرف أهمية بث وإطلاق القوة لدى كل عامل من العاملين معه، حتى يؤدي أحسن أداء يستطيعه. فأنت عندما تعطي القوة للعاملين معك، فأنت تعطيهم السلطة والمسؤولية في أن يقوموا بأعمالهم بفاعلية وكفاءة، وبأسلوبهم الخاص. إن شعار "السلطة والمسؤولية للعاملين ... أو القوة للعاملين" كان هو كلمة السر في نجاح الكثير من المنظمات الكبرى.

ج- أعد تحديد دورك كمدير
لكي تفعل ذلك، فعليك أولاً أن توسع من دائرة نفوذ أو تأثير كل عامل معك، ثم بعد ذلك تزيد من السلطة الممنوحة له، كلما كان ذلك ممكناً. وأحرص على أن يكون دور كل عامل أو المسمى الوظيفي له واضحاً تماماً لا لبس فيه. إن الكل يعمل، وكأنه هو القائد. المهام والأعمال محددة بدقة ومبرونة. ابتعد عن الروتين المعقد والقواعد المربكة. دعم وأيد دائماً الأفكار والاقتراحات الجيدة.

(17) احرص دائماً وشجع العاملين على تحمل المسؤولية
ما أنسب طريقة للتشجيع على تحمل المسؤولية بين العاملين معك؟. الإجابة هي: عن طريق مساعدتهم على فهم، وتقبل الدور الذي يقومون به في المنظمة ككل. والمدير الناجح هو الذي يجعل كل عامل يدرك كل من حدود، وأهمية أو

خطورة دوره، وأنه إذا كان الناتج العام أو الأداء العام للمنظمة هو بمثابة "تيار مياه"، فإن كل عامل هو مجموعة قطرات تساهم في تكوين هذا التيار.

إن العاملين الذين يؤدون بشكل ممتاز ومتميز، إنما يفعلون ذلك لأنهم يعتقدون أنهم هم المسئولون عن أنفسهم وعن أدائهم أولاً، وليس المدير أو غيره من قيادات المنظمة. فهم يقدمون هذا الأداء المتميز ليس فقط لمجرد الترقية أو الحصول على مكافأة، بل يفعلونه لأنهم مدفوعون ذاتياً، أى يعيشون حالة من الدافعية، مصدرها من داخلهم، دافعية تولدت بداخلهم نتيجة اقتناع وحب، تولد بداخله قوة لا تضاهيها أية قوة أخرى. وفيما يلى عدد من الأفكار التى تساعدك على جعل العاملين يشعرون بالمسئولية

أ - حث العاملين وشجعهم على الإيمان والثقة بأنفسهم

يجب أن يكون هدفك الأساس دائماً من أى سلوك لك مع العاملين أن تساعدكم على الثقة بأنفسهم، وأن يقتنعوا بأنهم قادرين على تحقيق ما يضعونه لأنفسهم من أهداف. ساعد العاملين على أن يتولد لديهم الإحساس بالمسئولية عما يقومون به من أعمال، لأن ذلك يبث روح الحماسة بداخلهم. إن الإنسان ينجح فى المهام الصعبة إذا قبل تلك المهمة، وقرر أن ينجح فيها، أى إذا تحمل مسئوليتها. ولن يستطيع ذلك إلا إذا آمن بنفسه ووثق من قدراته وإمكاناته، إيماناً وثقة تنبع من داخله، ومن ثم تطلق فيه روح الحماسة والدافعية العالية.

ب- ساعد العاملين على تخطى العقبات لتحقيق الأهداف

يُعد الدفع الذاتى المتمثل فى أن تتولد الدافعية من داخل العامل وأن يدفع نفسه بنفسه وقبول المسئولية، هما القنطرة المهمة التى تربط بين وضع الأهداف من جهة، وتحقيق تلك الأهداف على أرض الواقع من جهة أخرى. إن الدفع الذاتى، وقبول المسئولية يعد عادة القوة الكبرى التى تكمن خلف أى إنجاز يحققه الفرد. وثمة أسلوبان فعالان لمساعدة العاملين على تحقيق أهدافهم : الأول، هو مساعدة العاملين على مواجهة الخوف. بمعنى أن عليك - كمدير - أن تشجع العاملين أن يعرضوا ويناقشوا بمنتهى الصداقة والحرية، مخاوفهم وكل ما يقلقهم، ثم بعد ذلك تقومون - أنت والعاملون معك - بخطوة ما أو انجاز فى العمل والتقدم نحو تحقيق أهدافهم، فإن تلك المخاوف سرعان ما تتبدد، وتبدأ - على الفور - ثقتهم فى أنفسهم فى الازدياد. أما الأسلوب الثانى، فهو أن تساعد العاملين فى التركيز على النتيجة النهائية لما يؤدونه من عمل. ساعدكم على أن يتخيلوا كيف سيكون النجاح الذى ينتظرهم، وادفعهم تجاه هذا النجاح (النتيجة النهائية للأداء).

ج- حَمَلُ العاملين المسؤولية، أو اجعلهم مسئولين

يعنى كون الفرد مسئولاً أو متحملاً للمسئولية، أنه هو المسئول عن كل من أفعاله، ونتائج تلك الأفعال. فالمسئولية الحقيقية شئ أكبر من مجرد أداء عمل ما أو القيام بمهمة معينة، لأنها تعنى أن لدى الفرد شعوراً قوياً بأنه مسئول عن عمله وعن النتائج التى يحققها جراء أداء هذا العمل. ولمساعدة العاملين على تحمل المسؤولية، يمكنك إتباع الآتى: ضع قائمة متفق عليها - أنت والعاملون معك - بمعايير الأداء المطلوب، ثم اكتبوا قائمة بما هو متوقع إنجازه، ثم حدد مكافآت وحوافز النجاح، وتابع العمل عن قرب، وبخاصة إذا كان الأداء منخفضاً، ولا تشجع إلا على العمل الممتاز، واكشف عن عدم قبول - بقدر معقول - للأعمال متوسطة الجودة.

(18) اجعل العاملين يثقون في أن الغد سيكون أحسن من اليوم

تعتمد الدافعية جزئياً على الأمل في نجاح ما نقوم به من مجهود، والأمل في أن مستقبلنا سيكون أحسن. إن الأمل معناه أننا قادرون، وأن المستقبل فاتح لنا ذراعيه. وأحد أهم أدوار المدير الكفاء هو أن يعطى الأمل للعاملين معه. وليس المقصود هنا الأمل في حد ذاته، ولكن الأمل الذى يوضح الهدف والطريق، والقائم على أساس راسخ ومصداقية. فعندما يكون لدى الناس نظره إيجابية ومتفائلة حول مستقبلهم، فإن ذلك يدعم حماسهم والتزامهم بالعمل المنخرطين فيه، أى يكون بمثابة عملية دافعة مستمرة. إن وجود مثل هذا الأمل هو بمثابة مكافأة أو حافز مستمر للفرد، بأن يؤدى عمله على خير وجه. وفيما يلى عدد من الوسائل التى يمكن للمدراء الاعتماد عليها في جعل العاملين يدركون ويؤمنون أن المستقبل مشرق وزاهر:

أ - افهم جيداً ظاهرة "الإمكانية البشرية"

الإمكانية هى شئ لدى كل فرد، يمكن أن ينمو ويتطور تماماً، أو يظل كما هو كامناً وغير مستغل. ومهما كانت إمكانيات الفرد، فإنه لا يمكن أن يعرفها إلا إذا أتاحت له فرص نموها واستخدامها. وهنا يأتي دور المدير وأهميته. فعليه أن يأخذ وقته لاستكشاف ومراقبة إمكانيات كل عامل لديه، وأن يساعد كل عامل على إطلاق تلك الإمكانيات، وذلك بالتشجيع على محاولة القيام بالأشياء الجديدة، وإعطائهم مسئوليات جديدة. على المدير ألا يدع الإمكانيات كامنة لدى العاملين معه، بل يعطى لكل منهم فرص تفجيرها وإظهارها والتعبير عن نفسها.

ب- اجعل العاملين يشعرون أنك تثق فيهم وتؤمن بقدراتهم

الثقة في العاملين معك عنصر بالغ الأهمية في إدارتك لهم، والوصول بالمنظمة إلى مستوى مرتفع من الأداء. فالثقة هي الأساس الذي تبنى عليه كل العلاقات الأخرى. فإذا كانت الآلات والمعدات التكنولوجية الحديثة مهمة للأداء والإنتاج، فإنها تفقد الكثير من قيمتها وأهميتها إذا لم تكن هناك ثقة فيمن يعملون عليها ويستخدمونها. لا بد أن يكون بناء الثقة في العاملين هو البند الأول على أجندة أى مدير، وأول أولوياته، ذلك لأنه إذا شعر العاملون أنك لا تثق بهم ولا بقدرتهم على أداء عملهم بشكل جيد، فإنهم لن يؤدوا أبداً الأداء الجيد الذى تتوقعه منهم والعكس صحيح إذا شعروا بأنك تثق بهم، فسوف يفعلون الأشياء بشكل صحيح، ويكون شعورهم الطبيعي هو "ضرورة فعل الأشياء بأحسن ما يكون"، ومن ثم يستحقون ثقتك بهم.

ج- وضح للعاملين وأظهر لهم أنهم أهل لثقتك

عندما تمنح ثقتك للآخرين، فإنك بذلك تبعث لهم برسالة قوية مضمونها: "أنا أؤمن بأنكم جديرون بتلك الثقة"، وهو ما يعنى للآخرين أنك تثق بقدرتهم وكفاءتهم، وأنتك تؤمن بأنهم سوف ينجحون فى إنجاز ما كلفتهم به. إن ثقتك فى العاملين معك أمر ضرورى ولازم لكى يثقوا هم بأنفسهم. وللأسف، فإن معظم المدراء لا يهتمون بخلق هذا المناخ العام من الثقة، أو يستخدمون كلمة الثقة بمعنى ضيق وفى سياق محدود، ولا يحرصون على أن تكون مناخا عاما يميز علاقتهم بالعاملين. إن الثقة التى نقصدها وننشدها هى أن تجعل العاملين يفكرون لأنفسهم بأنفسهم، يطرحون الأسئلة والمشكلات، ويتخذون ما يلائمها من حلول وقرارات. هذه هى الثقة الحقيقية، وليس - أبداً - أن تكلف أحد العاملين بشئ، أو تأمره بشئ وتقول له أنا أثق بك" (Bruce, 2003).

(19) اعمل على رفع الروح المعنوية

تؤثر الروح المعنوية للعاملين تأثيراً مباشراً فى دافعيتهم للعمل، ومن ثم فى حماسهم له والتزامهم به. وببساطة شديدة، فإن المعادلة هى : روح معنوية منخفضة = حالة دافعية داخلية منخفضة، وروح معنوية مرتفعة = حالة دافعية داخلية مرتفعة. إن العلاقة مباشرة وقوية بين طرفى المعادلة. ومكان وسياق العمل الذى يتمتع بروح معنوية مرتفعة، عادة ما يصل إلى هذه الروح المعنوية المرتفعة بناء على أساسيين، هما : الثقة - الاستقامة. ولا يكفى أبداً أن يثق المدير فى

العاملين معه، إذ لابد أيضاً أن يثق العاملون في مديريهم. يجب أن يدرك العاملون أن المدير يأخذ في اعتباره دائماً اهتماماتهم واحتياجاتهم، ولا بد أن يخبروا ذلك واقعياً كل يوم في العمل. وأحسن طريق لتحقيق ذلك هو أن تكون اهتمامات العاملين، هي نفسها اهتمامات المنظمة ككل.

على المدير أن يتذكر دائماً أن أعظم موارده وأسلحته، هم العاملون معه، فهم أغلى ما يملك، وأنه إذا كان يوظفهم ليعملون معه بسبب كفاءتهم وجدارتهم، فإن تلك الكفاءة والجدارة ليست هي المفتاح السحري للأداء المرتفع، وإنما يكمن هذا المفتاح في اتجاهات هؤلاء العاملين واهتماماتهم. إنه بقدر ما تفعله من أجل خلق مناخ ومكان عمل مرتفع في الروح المعنوية، في الوقت الذي تقوم فيه ببناء صروح الثقة في العاملين معك، بقدر ما تحدثه من زيادة في دافعية هؤلاء العاملين. وهناك بعض الأساليب التي يمكن أن تساعدك في تحقيق ذلك

أ - احرص على الوفاء بالوعد، وافعل ما تقول أنك سوف تفعله

احرص على ألا تكون كثير الوعود، قليل الوفاء بما تعد به، بل على العكس، لتكون وعودك قليلة، ووفاءك بها كامل وقوى. فلا شئ يجعل الآخرون يثقون فيك، أكثر من تطابق أقوالك مع أفعالك. إن النيات الطيبة لا تكفى. يكفيك أن تخبر العاملين معك أنك حريص عليهم، ثم اجعل تصرفاتك وأعمالك اليومية معهم تثبت ذلك، وتتطابق مع هذا القول. هنا سوف ترتفع روحهم المعنوية تلقائياً وبشكل طبيعي.

ب- اجعل الاستقامة والإخلاص أعلى درجات الذكاء في المنظمة

يصف البعض الاستقامة بأنها أعلى وأرقى شكل من الذكاء الإنساني. فالاستقامة ليست فقط مع الآخرين، وأن تصبح جديراً بثقتهم بك واعتمادهم عليك، بل إنها ما يتبقى لنا عند الناس بعد أن نفقد مركزنا أو قوتنا، إنها أخلاقنا وضميرنا، ومعتقداتنا الأساسية وقيمنا وأى الاستقامة خاصة أساسية في أى مكان عمل يتمتع بالروح المعنوية المرتفعة.

ج- كن صادقاً، وتحلى بالجانب الإنساني

هل أنت مؤمن بما تقوله للآخرين؟ هل أنت صادق مع نفسك؟ هل تفعل الأشياء الصحيحة المتسقة مع قيمك ومبادئك؟ إنه من المستحيل أن تكون مديراً جيداً إذا كانت تصرفاتك وأفعالك غير متسقة مع ما تؤمن به حقيقة، أو إذا كنت "بوجهين" أو بشخصيتين. كن صادقاً مع الآخرين، ولا تخاف من أن تظهر لهم الجانب الإنساني فيك. إنه ليس عيباً أن يقاسموك عيوبك ونقاط ضعفك، وآمالك

وأحلامك. كن متواضعاً وواضحاً ومستقيماً مع العاملين معك؛ وثق أنهم سوف يقدرّون ويحترمون صدقك هذا وإنسانيتك هذه. لن تنجح في خلق روح معنوية مرتفعة في منظمتك إلا إذا اتسمت بهاتين الخاصيتين، وهما الصدق مع الذات ومع الآخر أن تكشف عن الجوانب الإنسانية فيك بمنتهى الوضوح والتلقائية.

(20) اجعل العمل مزيجاً من المرح والمتعة والمرح

ثمة العديد من الدلائل على وجود علاقة مباشرة بين المرح والمرح في العمل، وكل من الإنتاجية، والإبداع، والروح المعنوية المرتفعة، والرضا، والقدرة على التذكر، والقدرة على الاستدلال الصائب. إن المرح والمرح في سياق ومكان العمل يؤدي إلى تبديد التوتر، ويسهل ويحسن عملية التواصل، ويوحد بين العاملين، ويقلل الشعور بالضجر والإنهاك، ومن ثم يخلق الكثير من القوة الإيجابية. إن العاملين الذين يؤدون عملهم في سياق عمل ممتع ومفعم بالمرح، يدركون أن هذا السياق مشبع للكثير من احتياجاتهم، ومدعم لدافعتهم لأداء هذا العمل على أحسن مستوى.

إن مفتاح النجاح الحقيقي، وخلق سياق عمل دافعي، هو أن يكون لديك عاملون يريدون فعلاً أن يؤدوا أعمالهم، ويحبوا أن يأتوا إلى أعمالهم. فمثل هؤلاء العاملين هم الذين سوف يشعرون في مكان العمل جواً من المرح والمتعة. وإذا أردت أن تجعل مكان العمل أكثر سعادة ومرحاً، يمكن الاعتماد على الأفكار التالية:

أ - حث على المرح، واستخدم بعض المواقف والأفكار المازحة المثيرة للدافعية

ومن تلك المواقف والأفكار:

- اضحك مع العاملين، لا على العاملين.
- كن لطيفاً ودوداً، ولا تكن عابساً، أو جاداً أكثر من اللازم.
- فكر معتمداً على روح الدعابة.
- تبني اتجاهها مازحاً لطيفاً.
- خطط لكي تقضى وقتاً ممتعاً كل يوم.
- ساعد الآخرين على إدراك الجانب المضيء في الأشياء والمواقف المختلفة.

ب- كن واعياً بالعلاقة بين المرح والآثار الإيجابية المفيدة للعمل

هل تريد أن تقلل من نسب الغياب عن العمل؛ وتزيد من الرضا عن العمل، وترفع من أداء العاملين، وتزيد الإنتاجية؟. إذا كنت تريد كل ذلك فعليك أن تخلق بيئة عمل مريحة ممتعة. ويمكنك الاستعانة هنا بتجارب بعض المنظمات العالمية

الكبرى التي نجحت في ذلك (وهي متعددة ويذكر أسماء بعض منها). إن خلاصة تجارب تلك المنظمات والشركات تؤكد أن الضحك والفكاهة يلعب دوراً جوهرياً في نجاح أى عمل تجارى أو مالى.

ج- تذكر واعترف بقوة وأثر المزاح والمرح

إن المرح والضحك يطهرنا، ويغسلنا من الداخل. إنه يوحدنا مع الآخرين الذين يشعرون هم أيضاً بالمرح والضحك. إن صاحب الروح المازحة لا يمكن أن يشعر أبداً بالوحدة. فنحن عندما نشترك مع الآخرين في الضحك، فإننا لا نستمتع فقط بهذا الضحك، ولكن نستمتع أيضاً بالمشاركة فيه مع الآخرين. إن المرح دافعى (يزيد الدافعية) بسبب ما يخلقه من سعادة بداخلنا. ولهذا، فإذا وجدت أن العاملين معك يشعرون بالتعب والإجهاد والضغط أو أن أداءهم قد قل، أو أن حالتهم المزاجية ليست ملائمة للقيام بأعمالهم رغم قدراتهم المرتفعة، فعليك بالضحك والمرح، فسوف تتغير الصورة تماماً.

(21) احتفظ بالعاملين (ثبتهم أو اجعلهم يستقرون في العمل)

على المدير أن يحرص على الإبقاء على العاملين معه، واستمرارهم في العمل، وعدم تغييرهم، ما داموا يؤدون العمل بالمستوى المطلوب. كذلك من المهم - على الجانب الآخر - أن تكون لدى العاملين الرغبة في الاستمرار في أعمالهم. إن الأمر الطبيعي هو أن الناس تريد أن تعمل، وتظل مستمرة في العمل، ما دام المكان الذى تعمل فيه يوفر لها الرعاية والاحترام. إن المدير الناجح هو القادرة على خلق بيئة عمل يحبها العاملون، ويحبون أن يبقوا فيها، وأن يظلوا محتفظين بوظائفهم أو بأعمالهم فيها.

ولهذا فإن المدير الذكى والكفاء هو الذى يحرص على أن تكون لمنظمته سمعة طيبة، بحيث يتمنى أى إنسان أن يعمل بها. وتحرص بعض المنظمات الكبرى الناجحة على إخضاع المعينين الجدد فيها لدورات تدريبية، من شأنها زيادة رغبة ودافعية هؤلاء العاملين في البقاء والاستمرار في العمل في المنظمة، وبالتالي تقل نسبة العاملين المتغييبين أو المنتقلين من المنظمة. ومن ثم، تزداد حالة الاستقرار والانتظام في العمل، ذلك لأن عمليات التعيين الكثيرة والمستمرة تستنزف الكثير من المال والوقت والجهد. ومن ثم يجب التقليل منها قدر الإمكان، والتمسك بالعاملين الموجودين والحرص على أن يظلوا في المنظمة ويسعون

للاستمرار في أعمالهم. ويمكن للمدير الاستعانة بالأفكار الآتية للاحتفاظ بالعاملين معه، واستمرارهم في أعمالهم، وفي ذات الوقت يتمتعون بدافعية مرتفعة:

أ - تعرف على الأساليب والعوامل التي تساعد على إبقاء العاملين في أعمالهم على المدير أن يجتهد في خلق بيئة العمل التي يشعر العاملون فيها أنها الصحيحة أو المناسبة لهم تماماً (ما يريدونها أو ما يتمنون العمل فيها)، وأنها الملائمة لهم والمتوافقة مع احتياجاتهم ورغباتهم. إن بعض المنظمات - مثل جوجل Google - تسمح للعاملين بلعب الهوكي أثناء ساعات العمل، وتسمح لهم بإحضار كلابهم معهم إلى العمل، وتناول الغذاء والعشاء مجاناً في مطعم الشركة. والنتيجة أن المنظمة لاتخسر من هذا، بل على العكس تماماً. فالموظفون يعملون ساعات أكثر، وينتجون أكثر، ويحبون أعمالهم، ويحرصون على البقاء فيها.

ب- افهم الأسباب التي تؤدي إلى بقاء العاملين إنها - بلا شك - ليست الأسباب المادية فقط، أي المرتب والحوافز. إن الأداء المرتفع أو من يؤدون أداء مرتفعاً، يريدون أن يعملوا في مكان يحبونه ويمثل مصدر سعادة لهم، مكان يساعدهم على النمو والتقدم، ويشعرون فيه بقيمتهم، وأنه محل للاحترام سواء داخل المنظمة أو خارجها (خارجها بسبب انتمائهم للمنظمة). إن الجانب المادي يأتي في أهميته بعد كل ذلك. فليس الأجر هو المحدد الأول للرغبة في البقاء في العمل في مكان ما.

ج- اجعل القيم والاتجاهات هي مرشدك إن ما يعرفه الناس أقل أهمية بكثير، مقارنة بما هم عليه بالفعل أو بما يقومون به واقعياً. ولهذا، فإن الكثير من المنظمات الكبرى الناجحة تؤمن بأن نجاح المنظمة ينهض أساساً لا على خبرة العاملين فيها، ولكن على قيمهم واتجاهاتهم وتفكيرهم أو عقليتهم الصحيحة. ومعنى هذا أنه يجب الحرص تماماً في تعيين الأفراد من البداية، إذ لابد أن نختار من نريد الاحتفاظ بهم والاستمرار في العمل معهم، لأن ذلك هو الخطوة الأولى الصحيحة في خلق ثقافة عمل أو بيئة عمل تجعل من يعملون فيها يحبون أن يستمروا، ويحرصون على البقاء في أعمالهم فيها.

(22) كون فريق عملك على قلب رجل واحد (روح الفريق)

"أن تأتي معاً، فهذه هي البداية، وأن تبقى معاً، فهذا هو التقدم، وأن نعمل معاً، فهذا هو النجاح".

يهتم المدراء كثيراً في زمن العولمة بالأمور المالية والتجارية، واستراتيجيات التسويق، والإنتاج، وخدمة العملاء... الخ، ويهملون أحياناً الحقيقة الأساسية التي تؤكد أن المنظمة ونجاحها، رهن بالعاملين فيها، وبطبيعة العلاقات التي تحرص تلك المنظمة على أن تكون هي السائدة بين هؤلاء العاملين.

إن المدير الناجح هو الذي يحول مجموعة الأفراد العاملين معه إلى فريق واحد، يعمل معاً ليحقق أهدافاً محددة له (للفريق ككل)، وفي ذات الوقت يتم تحقيق أهداف كل عضو من أعضاء هذا الفريق. ويمكن للمدير أن ينجح في ذلك إذا جعل أفراد الفريق يدركون ويقتنعون - من سلوكه وممارساته معهم - أنه حريص عليهم وعلى أهدافهم واهتماماتهم. ذلك لأن المدير عندما يهتم بالعاملين معه ويكون حريصاً عليهم، فإنه بذلك يخلق لهم المناخ الذي يجعلهم هم أنفسهم حريصين عليه (على المدير)، وكذلك يحرص كل منهم على زميله. والنتيجة النهائية لهذا الحرص وتلك الرعاية المتبادلة بين الجميع، هي مزيد من الدافعية للأداء الأحسن والرغبة في التطوير. المهم هي ألا يكتفى المدير بأن يكون لديه هذا الحرص وتلك الرعاية، بل يترجمها في سلوكه بحيث يجعل العاملين معه يرونها ويقتنعون بها، لأن ذلك هو الذي يبث فيهم روح الطمأنينة، ويساعدهم على العمل بجدية وبذكاء ويتم ذلك من خلال مايلي:

أ - احرص على وجود فريق عمل مرتفع الدافعية، وحث على ذلك

فريق العمل الجيد، وصاحب الدافعية المرتفعة، هو ذلك الفريق الذي ينجح في أن يؤدي كل فرد فيه عمله بأسلوبه الخاص وببصمته وتفردته الخاص. وفي ذات الوقت، فإن عمل وأداء كل فرد فيه يلتقى مع أعمال الآخرين بحيث يسهم الجميع في تحقيق أهداف الفريق. إذن، فمن المهم أن ينصهر الجميع في بوتقة واحدة، ولكن دون أن تضيع الملامح الفردية الخاصة بكل فرد من أفراد الفريق. والمدير الجيد هو القادر على أن يُحدث هاتين النقطتين معاً (الفردية والتميز والاختلاف، والجماعية والتعاون والمشاركة).

وعلى المدير أن يفعل كل ما يمكنه ليعبر عن تقديره وإعجابه بما يقدمه كل عضو من أعضاء الفريق من إسهام، ويكون قائداً (وليس مديراً فقط) يشجع دائماً ويسر كل الظروف التي تساعد على العمل وفق روح الفريق.

ب- اجعل قيادتك من القلب، وبمشاعر الحب

إن كلمة يشجع "encouragement" تستمد أصلها من الكلمة اللاتينية "Cor" والتي تعنى القلب "heart". ومعنى ذلك أنك عندما تشجع العاملين معك وتحثهم وترعاهم، فإنك في حقيقة الأمر تفتح لهم قلبك، وتقودهم بمشاعرك ووجدانك.

فالقائد الناجح هو الذى يحرص على أن يكون جوهر علاقته بمؤوسيه هو: "أنه يحبهم وأنهم يحبونه". إن القيادة الدافعة (التي تؤدي إلى زيادة دافعية فريق العمل) هي مسألة مشاعر صادقة، وحرص ورعاية من القائد للعاملين معه، وحرص على المنظمة التي يعملون فيها. ومن الطبيعي أن يبادلهم العاملون نفس المشاعر الإيجابية، وأن يستجيبوا لذلك، ويترجمونه في صورة أداء مرتفع.

ج- شجع الأفراد وحثهم على روح الفريق

يعرف المدير الذكي أن روح الفريق توحد وتقوى. فتحويل "مجموعة" أفراد العمل إلى "فريق"، يمددهم بمزيد من القوة، ويخلق لديهم انطباعاً وإحساساً مشتركاً بوحدة الاتجاه والهدف. واعلم أنك - كمدير - المسئول عن النجاح في تحقيق ذلك (تحويل العاملين من مجرد "مجموعة" عمل إلى "فريق" عمل). فأفعالك واتجاهاتك تؤثر مباشرة في طريقة عمل من ترأسهم أو من يعملون معك. وإليك بعض الأفكار والمقترحات التي تساعدك على خلق روح الفريق والتشجيع عليها :

- حدد للفريق هدفه أو ما يجب عليه إنجازه بوضوح.
- دع الفريق يصنع لنفسه قواعده ومبادئ عمله.
- شجع على المرح وروح الدعابة والفكاهة في العمل.
- امنح العاملين سلطة اتخاذ القرارات، والعمل في ضوءها.
- التزم بما تعد به، وافعل ما تقول.
- دع الفريق يجد بنفسه حلولاً لما يواجهه من مشكلات، دون أن تتدخل.
- اسمح لأعضاء الفريق باتخاذ القرارات المالية، وأن يحددوا ميزانيتهم بأنفسهم.
- توقع أن العمل سوف يشهد صعوداً وهبوطاً، ولن يسير على وتيرة واحدة، إذ أن بعض مراحل قد تكون أسهل من الأخرى، ولذلك لا تتوقع أن الأداء - عبر كل خطوات العمل أو المشروع - سوف يكون على نفس المستوى، سواء من حيث السرعة أو الدقة.
- دع الفريق يحدد بنفسه نظام الحوافز والمكافآت.

(23) أطلق عنان القوى الكامنة لدى العاملين

هل تعرف أن إمكانيات المخ البشرى غير محدودة؟ وأن قوة وقدرة المخ البشرى تفوق أى آلة تكنولوجية، مهما بلغ تقدمها. فإذا كان أعقد أجهزة الحاسوب تستطيع معالجة حوالى 6000 (ستة آلاف) معلومة في الثانية الواحدة، فإن المخ قادر على معالجة أكثر من 30 بليون معلومة في الثانية الواحدة.

وعندما يشعر الفرد بالتعب أو الكسل، فإنه لا يستطيع تحقيق ما هو قادر بالفعل على تحقيقه في الظروف العادية. ولهذا، فإن المدير الذكي هو الذي يحافظ على راحة العاملين معه، ويعمل على زيادة طاقتهم، ليحققوا أعلى معدلات الأداء معاً. والأسلوب السليم لزيادة طاقة العاملين ومضاعفتها، هي أن يعملوا بروح الفريق وبشكل تعاوني.

يمكنك - إذن - عزيزي المدير أن تستفيد من هذه الأساليب في أن تستخرج من العاملين معك أحسن وأكفأ ما عندهم. وتركز معظم تلك الأساليب على أهمية أن يفكر المدير وبعمق في الإمكانيات الكامنة بداخله هو، وبداخل العاملين معه، تعمل على تفجيرها واستخراجها واستغلالها لصالح العمل والعاملين. عليك أن تعمل على إطلاق واستخراج قوى الذكاء، والإبداع، وحب الاستطلاع. فكل ذلك هي إمكانيات وطاقات موجودة بالفعل لديك أو حولك، ويجب الانتباه إليها وإطلاقها من عنانها. وفيما يلي بعض الأساليب التي يمكن للمدراء الاعتماد عليها في إطلاق القوة الإنسانية الكامنة في العاملين معهم :

أ - تعليم العاملين وإمدادهم بالمعارف والمعلومات والتدريب

إن القول الشائع "المعرفة قوة" قول ليس دقيقاً، بل الدقيق هو أن القوة ليست فيما نعرف، ولكن في كيفية استخدامنا لما نعرف. ولذلك فعلى المدير أن يحرص فيما يقدمه للعاملين من برامج تدريبية، ألا يكتفى بتقديم المعارف الجديدة، بل أيضاً بكيفية استخدامها بفاعلية. إن تدريب العاملين بهذا الأسلوب (تقديم الجديد، وكيفية استخدامه) يساعد على تطوير مهارات العاملين، ويحسن من أدائهم.

ب- الممران العملي

بمجرد أن يتعلم العاملون، أو يتم تزويدهم بالمعارف والمعلومات الجديدة، يأتي دور برنامج الممران. فالممران هو الذي سيجعل تلك المعارف والمعلومات باقية ومستمرة. ولذلك، فإن الممران هو أحد الأساليب الفعالة في استمرار بقاء الدافعية لدى العاملين. وللممران تعريف محدد هو أن يقوم شخص ما يمتلك الخبرة، والقدرة على التشجيع، والفهم، بتدريب شخص آخر ومساعدته على الوصول إلى أقصى وأحسن أداء لديه".

ج- يجب أن تحب العاملين معك

إن الحب يفعل المعجزات، قادر على أن يفعل كل شيء. والمدير الناجح حقيقة هو ذلك القادر على أن يحب العاملين معه، ويترجم هذا الحب في صورة التشجيع على تكوين مناخ عام قائم على الحب في العمل. والحب هنا يعنى الاهتمام

والرعاية، يعنى أنك مهتم بالعاملين وبنجاحهم، وأنتك تكون سعيداً إذا نجحوا بالفعل، وأنتك مرحب تماماً لمساعدتهم بأقصى درجات المساعدة عندما يحتاجون ذلك. إن مشاعر الحب، والحرص، والرعاية، في بيئة العمل، هي جوهر بث الدافعية في فريق العمل (Bruce, 2003).

ثانياً: كيفية التعامل مع مخفضات الدافعية والتخلص منها

يؤثر أى مدير - سواء بشكل مباشر أو غير مباشر - في ثقة العاملين معه بأنفسهم، وفي اهتماماتهم ورغباتهم، وفي مدى حبهم للعمل الذى يقومون به. ويقدم هذا الفصل العديد من الأفكار التى تساعد المدير على أن يكون هذا التأثير إيجابياً، ويؤدى إلى زيادة دافعية العاملين معه. ولكن علينا أن نعترف أننا نعيش الآن في ظروف صعبة، وأنه مهما كان ما يقدمه المدير من دعم وتشجيع للعاملين معه، فإنه سوف يظل يواجه ظروفاً معاكسة تؤثر سلبياً على دافعتهم، وسوف تظل بعض العوامل المضادة أو المخفضة للدافعية موجودة. ومن ثم يجب مواجهتها ومحاولة التخلص منها.

يجب مواجهة تلك العوامل المعوقة للدافعية أول بأول، ودون أن نتركها تستفحل. وعلى المدير أن يركز طاقته وجهده على ما يستطيع أن يقوم به بالفعل، أو على ما هو قادر على فعله، وليس على ظروف وأحوال سيئة طارئة تؤدى إلى خفض الدافعية، وتكون خارج نطاق السيطرة عليها، لأن تركيزه على ما هو ممكن ومستطاع بالنسبة له سوف يجعله أكثر قدرة على مواجهة كل ما من شأنه منها أن يؤثر سلبياً على دافعية العاملين معه.

وعلى المدير أن يتذكر أن مخفضات أو معوقات الدافعية هي عوامل متعددة ومتنوعة، فقد تكون وقائع أو أحداث أو مواقف معينة، أو قرارات من إدارة المنظمة، أو انخفاض في سعر المنتج، أو انخفاض الأجور أو الحوافز للعاملين... الخ.

وتوجد ثلاثة مجالات محددة، يجب على المدير أن يكون واعياً بأنه يمكنه من خلالها بناء منظمة قوية وفريق عمل قوى، يستطيع التعامل بكفاءة مع أى مواقف مخفضة أو محبطة للدافعية، وهي:

(1) لا تشغل معك إلا الملائمين أو لا تعين إلا المناسبين

أنسب أسلوب لمواجهة معوقات أو مضادات الدافعية، هو تحاشي ومنع وجود تلك معوقات من البداية. وأحياناً ما تكون مشكلة معوقات الدافعية راجعة إلى من

تعين للعمل عندك. فهم أناس بطبيعتهم محبطون ويسهل جداً خفض دافعيتهم لأقل سبب، وهناك أناس بطبيعتهم سليون وغير متحمسين لشيء. ولما كان من الصعب على المدير تغيير مثل تلك الحالات، فمن الأفضل تجنب تعيينهم في العمل من البداية. من المهم - إذن - حسن اختيار العاملين من البداية، وتجنب من يعانون من أية مشكلات في الدافعية.

(2) اخلق لهؤلاء العاملين الملائمين بيئة عمل تغرس فيهم الثقة، وتقدم عائداً لأدائهم تعد خسارة أو فقدان العاملين الجيدين أمراً سيئاً وغير مقبول. ولتجنب ذلك، عليك أن تعطى للعاملين معك مرتباً جيداً، وعائداً صادقاً عن أدائهم. إن العائد - ومن ثم التواصل بينك وبين العاملين معك - مهم جداً ويقوى جسور الثقة بينكم، حتى ولو كنت من خلال هذا العائد توضح أو تصحح بعض الأخطاء لدى العاملين. والمهم هو أن تسأل العاملين عن الطريقة التي يفضلونها لتلقى العائد منك، لأن ذلك يساعدك في تجنب الاستثارة ويخفض من الظروف المشتتة والمخفضة للدافعية. إن المدراء الذين يخلقون بيئة عمل غنية في كل من : ما تقدمه من أجر، وما تقدمه من عائد، تشجع العاملين فيها على التعاون، وعلى الثقة، وتدفعهم دفعاً نحو المستوى الأعلى من الأداء، والإنتاجية المرتفعة.

(3) احرص على كرامة العاملين، واحترامهم في كل الأوقات والظروف

أحد أهم معوقات الدافعية لدى العاملين في أى منظمة، هو إهدار كرامتهم أو عدم احترامهم بالدرجة الكافية. على المدير أن يحرص على خلق بيئة العمل التي فيها يحترم كل عامل زميله. ومن الأشياء التي تساعد المدير على خلق مثل هذه البيئة أن يحرص هو على ألا ينتقد أحد العاملين أمام زملائه، ألقت نظر العامل للخطأ فقط وبشكل محدد ولا تنتقد أدائه بشكل عام أو شخصيته أو مستواه ... فقط الخطأ المحدد، لا تضرب المثل في عدم الكفاءة أو لسوء الأداء بأحد العاملين معك، ابتعد عن نبرة الاستهزاء والسخرية، لا تهاجم الشخص، ركز على الأداء أو السلوك المهني للعامل فقط وليس على سلوكه الخاص أو شخصيته، وحرص على كرامة العاملين واحترامك لهم.

ثالثاً: حالات وأمثلة عملية من الواقع الوظيفي

نعرض هنا لثلاث حالات عملية تواجه المدراء والقادة في أحيان كثيرة، وتتطلب منهما حسن التعامل مع العاملين، حتى لا يفقدوا توافقهم النفسي والمهني، تتعلق الأولى بشعور العامل بالإحباط نتيجة لفشله في تحفيز ذاته لتحقيق الأداء المأمول والمتوقع منه في عمله. وتتمثل الحالة الثانية في قصور أداء بعض العاملين وعدم قدرتهم على الوصول للأداء المرغوب والمتوقع منه. أما الحالة الثالثة، فتبدو في انخفاض دافعية العاملين حيال التغيير الذي تنشده المنظمة. وفيما يلي نشر للمقصود بكل حالة من هذه الحالات، وكيف يمكن للمدراء التعامل الأمثل معها:

(1) شعور العامل بالإحباط نتيجة لفشله في تحقيق أهدافه المتوقعة

تتمثل هذه الحالة في شعور العامل بالإحباط نتيجة لفشله في تحقيق الأداء الأفضل الذي يمكنه من تحقيق هدفه. ويؤدي ذلك إلى شعوره بالقلق والتوتر والضغط النفسي إلى يزيد من معاناته أكثر وأكثر. وتأخذ ردود أفعال العامل هنا عدة أشكال من السلوك غير التوافقي التي تتمثل في الآتي:

أ - السلوك العدواني: ويتمثل في قيام العامل بالعديد من أشكال الإيذاء المادي والمعنوي للآخرين والممتلكات. وقد يوجه هذا العدوان لشخص معين أو مجموعة من الأشخاص أو لمنشآت المنظمة. وربما يأخذ ذلك شكل الشتائم والسباب للآخرين، أو ضرب أحد الأشخاص، أو السرقة، أو تعطيل الآلات والمعدات، أو تخريب الأجهزة، أو أية مظاهر أخرى تعود بالضرر على الأفراد العاملين في المنظمة أو ممتلكات المنظمة.

ب- التبرير: ويأخذ شكل لوم الآخرين باستمرار، والتفكير بمنطق المضطر الذي لا خيار أمامه.

ج- التعويض: ويمثل مغالاة العامل في أدائه لعمله في ناحية ما، وذلك ليغطي نقصاً أو قصوراً في جانب آخر. ولعل خير مثال على ذلك هو الموظف الذي لا يشبع حاجاته للشعور بالزمالة والانتماء، فيلجأ إلى الاشتراك في مختلف النشاطات الاجتماعية والترفيهية على مستوى المنظمة.

د- الانطواء: ويؤدي إلى تغير ملحوظ في سلوك العامل. فبعد رفض ترقية أحد العاملين مثلاً، نجده يتحول من إنسان ودود وبشوش إلى موظف متبرم ومنعزل عن الآخرين، لا يهتم بما يدور حوله من أحداث ومواقف، ولا يقوم بأكثر مما هو مطلوب منه، بل إنه يؤدي ما هو مطلوب منه بلا مبالاة وعدم اكتراث.

هـ- التغيب والتأخر عن العمل: حيث نجد حدوث تغير في سلوك العامل الخاص بالالتزام في العمل يتمثل في التأخر في الحضور للعمل عن المواعيد المحددة، بل ويتغيب في أحيان كثيرة، دون عذر مقبول. ويرتبط ذلك في الغالب بالتمارض، وزيادة الشكاوى الصحية.

والمحصلة النهائية لكل ذلك هي تزايد نسبة التسرب من العمل، ونقصان حماس العاملين الذين يعانون من الإحباط، وشعورهم بالعجز، وعدم قدرتهم على القيام بمهام عملهم، ومن ثم تصبح مشكلة كبيرة يتعين على المدراء حُسن التعامل معها حتى لا يفقدوا هذه الطاقات البشرية. فماذا يتعين على المدراء عمله لمواجهة هذه المشكلة، وحُسن التعامل معها؟ الإجابة أن المدراء يمكنهم التعامل مع هذه المشكلة من خلال التفكير في بديلين الأول هو أن العامل حاول أكثر من مرة التغلب على الإحباط، لكنه فشل في كل المرات التي حاول فيها القيام بذلك. هنا يمكن للمدير أن ينصحه إما بتغيير مسار الوصول للهدف وإما تغيير الهدف كلية، وبخاصة إذا ما كان المدير على قناعة تامة بأنه حاول ما أمكنه دون جدوى، بحيث لم يعد لدى العامل الحد الأدنى من الرغبة في تكرار المحاولة. وفي هذه الحالة يكون ذلك أجدى للتوافق النفسي والمهني للعامل. أما البديل الثاني، فيتمثل في وجود رغبة لدى العامل لتكرار محاولته للتغلب على الإحباط، والانطلاق منه للوصول لهدفه. وهنا يجب على المدير القيام بتغيير التصورات والمعتقدات الخاطئة التي توجد لدى العاملين المحبطين، فيما يتعلق بفشلهم، وبيان أن الفشل ليس نهاية المطاف، وأنه يمكن للعاملين أن يعاودوا المحاولة مرة أخرى. وذلك باعادة الثقة في أنفسهم، وتوفير مواقف لهم تتحدى قدراتهم وتستثيرها، وتجعلهم يشحذون همهم أو أذهانهم ومهاراتهم لإنجازها بنجاح، ويشعرهم بأنهم مستقلون في اتخاذ القرار، وتشجيعهم على القيام بذلك. ولا بد أن يتم كل ذلك في إطار محافظة المدير على علاقة إنسانية قوية وداعمة لمثل هؤلاء العاملين، وذلك بالشكل الذي يفسح لهم مجال التغيير والنمو والإبداع (ديوان الخدمة المدنية، 1995 "ج").

(2) قصور أداء بعض العاملين وعدم قدرتهم على الوصول للأداء المرغوب والمتوقع منهم يمثل الأداء المنقوص أو الذي يتسم بالقصور إحدى المشكلات العملية التي تواجه المديرين، ويتعين عليهم التعامل معها بفاعلية. ويعرف "ميجر" مثل هذا الأداء على أنه الفجوة بين الأداء المرغوب والأداء الفعلي للعامل. وبالطبع من

المهم تحديد هذه الفجوة، والتعرف على أسباب هذا الأداء المنقوص أو المعيب، وذلك حتى يمكن الوصول للحلول المناسبة لسد هذه الفجوة، والعودة بأداء العامل إلى المستوى المأمول، الذى يتطابق فيه الأداء الفعلى والأداء المأمول. وإذا ما بحثنا عن أسباب هذا القصور فى الأداء نجد أنه يشمل مجموعة من العوامل النفسية والجسمية والاجتماعية والتنظيمية، والتي يساهم كل منها بمقادير نسبية لدى كل عامل من العاملين الذين يعانون قصور الأداء.

وللتغلب على هذه المشكلة قدم "روزنبام" (من خلال: ديوان الخدمة المدنية، 1995 "ج") حلا لهذه المشكلة يشمل عدة خطوات، يمكن للمدير إتباعها من خلال تحفيز الأداء، وهي:

- أ - التركيز على الأداء لا على العامل، واستبعاد كل ما يمس شخصيته وقيمه واتجاهاته، واهتمام المدير فى هذه الحالة بالأداء الدقيق موضع التساؤل.
- ب- أن يطلب من العامل أن يساعد فى حل المشكلة، وذلك بسؤاله عن الكيفية التى يمكنها بها حل المشكلة، ولا يفضل أن يقدم المدير مقترحاته قبل سماع كل ما لدى العامل من مقترحات.
- ج- التوصل إلى اتفاق مع العامل وكتابته، فمثل هذه الخطوة جديرة بالذكر لأنها تجعل العامل أكثر اهتماما بتطبيق الاتفاق على الأداء المقبول الجديد، كما أنها تعزز لديه الشعور بالالتزام والاعتزاز.
- د- التعبير عن الثقة فى قدرة العامل على حل المشكلة، واستخدام مبدأ "توقعوا الخير تجدوه". والتي تفترض أنه إذا عبر المدير عن ثقته بالعامل، وذكره بإنجازاته الماضية، فإن العامل سيحسن من أدائه، وسيساهم فى حل مشكلته بنفسه.
- هـ- تحديد موعد للمتابعة عن طريق الاتفاق مع العامل على زمان ومكان لمراجعة الأداء، ويتفق الطرفان على أنشطة وأعمال معينة سيقوم بها العامل حتى ذلك الموعد. وهو ما يطلق عليه فى البرامج التدريبية "الواجبات المنزلية".
- ز- الثناء على أداء العامل عند ظهور بوادر تحسن أدائه، وذلك بمدحه وتشجيعه على أداء معين يبدو أفضل عن السابق. أما المدح والثناء العام فتأثيره قليل.

(3) إنخفاض دافعية العاملين حيال التغيير الذى تنشده المنظمة

تبدو مشكلة انخفاض دافعية العاملين حيال التغيير الذى تنشده المنظمة إحدى المشكلات العملية التى تلقى اهتمام المدراء، ويبدلون جهودا مضنية لعلاجها وحسن

مواجهتها. ومن ثم، يمكن للمدراء مراعاة ما يلي لتحفيز العاملين، ورفع دافعتهم للتجارب مع مقتضيات التغيير الذي تنشده المنظمات (دان كوهين، 2010):

أ - اجعل المنظمة أكثر وعياً ومعرفة بما يدور حولها في عالمها الخارجي

تعتقد الكثير من المنظمات - خطأ - أنها تتبع الطريق السليم، وأن ما تفعله ومن ثم ما هي عليه هو أحسن حال ممكن. وهنا لا بد من إيقاظها من تلك الغفلة، وذلك بأن نجعلها تعلم ما يدور في العالم من حولها، بما في ذلك المعلومات عن المنافسين لها، ورأي العملاء فيها، والبيانات عن حال السوق التي تنتمي إليه... إلخ. ويجب أن نستخدم كل المعلومات والبيانات التي من شأنها أن توظف المنظمة من حالة الثبات والجمود والرضا الزائف الذي تعيش فيه. مثل هذه المعلومات تؤكد للمنظمة أنها ليست على الطريق الصحيح، بل إنها على العكس في حالة خطر، وأن هناك الكثير مما حولها يجب أن تستفيد منه، وأن اعتقادها بأنها: "على أحسن حال" اعتقاد زائف تماماً، تنفيه وتدحضه البيانات والمعلومات الواقعية المستمدة أساساً من البيئة الخارجية للمنظمة.

ب- غَيّر في أنساق المعلومات وطورها

كثيراً ما تعتقد بعض المنظمات - خطأ - أنها تعرف متطلبات العملاء ورغباتهم ومشاكلهم. ويكون هذا الاعتقاد الخاطئ راجعاً إلى قصور في نسق المعلومات داخل المنظمة. بمعنى أن مثل هذا الاعتقاد الخاطئ عن معرفتها بكل شيء عن العملاء ربما يكون مبنيًا على أساس عنصر واحد فقط، وهو عدد طلبات العملاء (عدد طلبات الشراء مثلاً). وهنا علينا أن نقدم معلومة جديدة خاصة بالعملاء أيضاً، ولكنها تتعارض مع هذا الاعتقاد الزائف وتدحضه. فمثلاً نوضح أن عدد الطلبات في حد ذاته ليس مؤشراً على رضا العملاء. وأن المنظمة قد تنجح في تلبية 100% من طلبات العملاء، ولكن يظل العملاء غير راضين، وذلك لأن الطلبات تتأخر أو أنهم يريدونها أسرع مما وصلت إليهم.

علينا إذن أن نقدم معلومات جديدة تكشف زيف حالة الرضا القائمة بالفعل، وبالتالي يزيد الشعور بمدى الحاجة للتغيير وإلحاحيته الشديدة. ويجب أن نركز في تقديم المعلومات الجديدة على المجالات أو المناطق التي تجعل المنظمة تشعر بأهمية التغيير، بحيث يدرك الجميع أن هذا الرضا ليس له ما يبرره، وأنه مبني على معلومات ناقصة وغير صحيحة.

ج- ارفع الشعور بالكفاءة والجدارة

إذا كان الشعور العام في المنظمة هو الخوف من التغيير، فوضح للعاملين أن معهم قيادات على درجة من الكفاءة تقف وراء التغيير وتسانده، وستبذل كل الجهود لإنجاحه. وإذا كان العاملون يشعرون بالخوف والغضب من التغيير نتيجة فشل محاولات تغيير سابقة، فيجب أن نقدم لهم دلائل قوية على أن الأمر مختلف في تلك المرة، لإقناعهم - عمليا - بأن جهود التغيير المنشودة للتغيير الحالي مختلفة عما سبق من محاولات.

وهنا عليك - مثلا - أن تستعين بأي نجاح حققته سابقا في التغيير في أي قسم من أقسام تلك المنظمة (دليل واقعي سابق)، وبين لهم أن هذا مجرد مثال سابق بسيط في تغيير جانب واحد في المنظمة. والمهم أن يدرك العاملون أن النجاح ممكن بدليل أنه حدث (ولو بدرجة بسيطة) في الماضي، وأن الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة تبشر بنجاح التغيير الحالي، وأن قادة الكفاء يقفون معنا ويساندون التغيير. كل هذا سيحول الخوف والغضب من فشل وإخفاق الماضي إلى طاقة دافعة ورغبة في التحدى والنجاح في التغيير الحالي.

د- وضح أن الجميع سوف يستفيد مما يتم من تغيير

يجب أن نتحدث مع العاملين عن المستقبل المنشود للمنظمة بعد التغيير، وكيف أن ذلك فيه فائدة للجميع. ويجب أن تتم تلك الأحاديث أو المناقشات مع المجموعات المؤثرة في المنظمة، على أن يصاحب تلك الأحاديث والمناقشات دلائل ومؤشرات عن وجود الكفاءات والموارد الداعمة لنجاح التغيير (المقترح السابق رقم ج)، وأن نثبت لكل فرد في المنظمة أننا نسير على الطريق الصحيح، وأننا قادرون على تحقيق ما وضعناه من أهداف مأمولة تحقق التغيير المنشود.

الفصل الثاني مهارات القيادة

الفصل الثانى^(*)

مهارات القيادة

مقدمة

تؤكد وجهة النظر العلمية - خلافا لما هو شائع - أن القيادة عملية متعلمة أو مكتسبة، وأن القائد يصنع ولا يُخلق. أى أن أى فرد بإمكانه أن يكون قائدا فعّالا في مجاله وناجحا في عمله، إذا أمكنه أن يتعلم - بالصبر والمثابرة والعمل الشاق - المهارات التي تمكنه من ذلك.

والمهمة الأساسية لهذا الفصل هو مساعدتك في أن تبدأ في استكشاف قدراتك ومهاراتك القيادية، وتحديد بدقة، والعمل الجاد على تنميتها وتطويرها، حتى يمكنك أن تصبح قائدا فعّالا.

وأول ما سوف نقدمه لك في هذا الفصل هو أداة يمكنك بواسطتها أن تحدد بدقة درجة دافعيّتك للقيادة، أى مدى استعدادك لكي تلعب دور القائد وحماسك في ذلك. وبالطبع، فبدون وجود درجة عالية من الدافعية للقيادة، سيكون من الصعب عليك أن تكون قائدا فعّالا. وتلك الأداة التي تستخدم في قياس الدافعية للقيادة تساعدك على معرفة مدى قوة دافعيّتك لكي تكون قائدا.

سوف نعرض بعد ذلك لعدد من الأدوات التي تساعدك على تكوين ما يمكن أن نسميه "الرؤية العامة" أو النظرة الشاملة للمواقف. ولا شك أن هذا موضوع معقد، ويتضمن الكثير من الجوانب. وسوف نركز على أحد الجوانب المهمة التي تساعدك بشكل كبير على تكوين تلك الرؤية العامة، وهو "كيفية جمع المعلومات" عن الموضوع الذي تريد أن تكون رؤية عامة بشأنه. فالمعلومات الملائمة والكافية أمر لا غنى عنه لكي تضع تلك الرؤية لأى موضوع من الموضوعات، وتكون مقنعة ومحل ثقة الآخرين. فأنت كفرد تسعى إلى أن يكون قائدا ناجحا، لا يمكنك أن تخطط لمشروعاتك الحالية والمستقبلية وتضع تصورا مناسباً لها، دون أن تمتلك مهارة "جمع المعلومات".

والواقع أن "جمع المعلومات" ليست مهمة مفيدة فقط لوضع الرؤية العامة، بل هي أحد المحركات المهمة التي يقيم الآخرون في ضوءها مدى خبرتك أو قوتك.

(*) يمثل الفصل ترجمة بتصرف لفصل مهارات القيادة من كتاب أدوات العقل لجيمس مانكيلو (Manktelow, 2005)، بالإضافة لكتاب هت (Hilt, 1988) القائد المدير.

وبالتالي، فاكتمالك لمهارات جمع المعلومات واستخدامك الكفاء لها، يزيد من إدراك الآخرين لك بأنك خبير وقوى في مجالك. ولاشك أن ذلك يمثل أحد المتطلبات المهمة لكي تكون قائدا فعالا وناجحا.

وبعد ذلك سوف نعرض لبعض الأدوات التي تساعدك على كيفية اختيار فريق العمل الملائم بالنسبة لمهمة معينة، وكيف يمكنك وضع الرجل المناسب في المكان المناسب، وبحيث يكون الناتج النهائي هو انجاز المهمة على أحسن ما يمكن. وفي ذات الوقت يكون جميع أعضاء الفريق في حالة من الرضا العام والشعور بالرغبة في الانجاز. وكذلك سنعرض لأداة تساعدك على فهم حاجات الأفراد العاملين معك للنمو والتطوير، أي كيف تعرف نقاط قوة ونقاط ضعف كل من يعمل معك، وكيف تراعى تلك الفروق الفردية، وتساعد كل منهم وتوفر له الظروف لخفض نقاط ضعفه، وزيادة نقاط قوته.

ويلى ذلك الحديث عن "الأداة عبر الثقافية"، أو كيفية قيادة فريق عمل يتضمن أفرادا ينتمون إلى ثقافات مختلفة، وهو أمر في ازدياد مستمر في هذه السنوات نتيجة العولمة ودمج المنظمات والمنظمات عابرة القارات، التي زادت من وجود فرق عمل تتضمن أفراداً من ثقافات متباينة.

ونختتم هذا الفصل بتطبيقات عملية تشمل ثلاثة تدريبات أساسية هي بطارية قياس مهارات القيادة، ودراسة حالة لكيفية إعداد وتكوين القسم المنتج، وخطة لكيفية تطوير المدير ذاته ليصبح قائداً فعالاً.

أولاً: قياس الدافعية للقيادة

الوظيفة: معرفة درجة دافعتك لأن تكون قائدا.

مقدمة

إذا أردت أن تكون قائدا فعالا، فإن أول الشروط الأساسية لذلك، هو أن تتمتع بدرجة عالية من الدافعية للقيادة، حيث إنه إذا توفر لديك هذا الشرط يمكنك بالمران والجهد المتواصل أن تصبح قائدا فعالا. أما إذا لم يتحقق هذا الشرط، ومهما فعلت بعد ذلك، فمن الصعب أن تنجح كقائد. بمعنى أنه لا غنى عن وجود درجة عالية من الدافعية للقيادة لتتمكن من الوفاء بمقتضيات القيادة.

وأداة تقدير الفاعلية للقيادة تساعدك لا على معرفة درجة دافعتك للقيادة فحسب، بل وتساعدك أيضا على تحديد ما يمكنك عمله لزيادة هذه الدافعية لو كانت منخفضة، بحيث تؤهلك للقيادة.

تدريب 1-11 (مقياس الدافعية للقيادة)

التعليمات:

فيما يلي عدد من العبارات (14 عبارة)، وعليك قراءة كل عبارة منها بتركيز واهتمام، ثم تحديد مدى انطباقها عليك، وذلك على متصل يتراوح بين 1-5 درجات، بحيث إن اختيارك للدرجة (1) يعني أنك غير موافق تماما على هذه العبارة أو لا تنطبق عليك أبدا. أما الدرجة (5)، فتعني أن العبارة تنطبق عليك تماما، أو أنك موافق عليها تماما.

الدرجة (من 1-5)	العبارة
	1- أكون في غاية النشاط والحماس عندما يعرض عليّ الآخرون أفكارهم ويطلبون مني مساعدتهم في تنفيذها.
	2- عندما أعمل مع الآخرين في أي مهمة، فإنني أسألهم أسئلة مثيرة، وأطرح عليهم أفكارا تزيد من دافعيتهم لهذا العمل.
	3- عندما نحقق أنا وزملائي في فريق العمل تقدما فيما نقوم به، فإنني أبدى سروري لهم وأمتدحهم، وأثنى على المجهود الذي قاموا به.
	4- أعتقد أنه من السهل أن أكون قائدا قادرا على بث روح الحماسة والتشجيع لمن يعملون معي، سواء في المواقف السهلة أو الصعبة.
	5- إنجازات الفريق الذي أعمل معه أكثر أهمية لديّ من إنجازاتي الشخصية.
	6- عادة ما يقبل الآخرون أفكارى ويتبعونها.
	7- تناغم وتآلف أعضاء الفريق الذي أعمل معه يعتبر أمرا مهما بالنسبة لي، وأحرص على ضرورة تحقيقه.
	8- أرحب تماما بمساعدة كل من يطلب ذلك من أعضاء الفريق الذي أعمل معه وأنقل خبرتي لمن يحتاجها.
	9- تقديري واحتفائي بإنجازات الآخرين أمر يشعرنى بالسعادة.
	10- عندما أعمل في مشروع جماعي، فإنني أعتبر مشكلات أعضاء هذا الفريق هي مشكلاتي الخاصة التي يتعين الاهتمام بها.

11-	أشعر بالرضا والسعادة عندما أنجح في حل أى مشكلة تحدث بين من يعملون معي.
12-	عندما أعمل في مشروع جماعي، فإنني أكون عادة صاحب الأفكار والمقترحات الجديدة.
13-	عندما أعمل مع فريق عمل، فإنني أميل إلى نقل أفكارى واقتراحاتى لجميع أعضاء الفريق.
14-	أشعر بالبهجة والسعادة عندما أتمكن من إقناع الآخرين بوجهة نظري.

التصحيح وتفسير الدرجة

يتم حساب المجموع الكلى للدرجات على البنود الأربعة عشرة، والذي يتراوح بين 14-70. يتم بعد ذلك قسمة هذا المجموع الكلى على 14، وبالطبع سيتراوح الناتج بين 1-5 درجات.

وتعني الدرجة 4 فأكثر: دافعية مرتفعة للقيادة.

وتعنى الدرجات من 2-4: دافعية متوسطة أو غير كافية للقيادة.

أما الدرجات من 2 فأقل فتعني: دافعية منخفضة للقيادة.

ثانيا: كيف تزيد من دافعتك للقيادة؟

ماذا لو تبين لك أن درجتك منخفضة على مقياس تقدير الدافعية للقيادة، وكنت تريد في ذات الوقت أن تصبح قائدا جيدا؟ ماذا يمكنك أن تفعل لزيادة دافعتك للقيادة؟ الواقع أن الأمر ليس مستحيلا أو بالغ الصعوبة، فلديك ثلاث طرق يمكنك من خلالها زيادة دافعتك للقيادة وهي: التخلص من مخفضات الدافعية وعوائقها، والربط بين الحاجات والمجهود الفعلى اللازم لإشباع تلك الحاجات، والتنشيط الانفعالى لمشاعرك الإيجابية تجاه القيادة. وفيما يلي عرض لكل طريقة من تلك الطرق الثلاث:

(1) التخلص من مخفضات الدافعية وعوائقها

إن أول خطوة لزيادة دافعتك نحو شيء ما، هو أن تعرف أولا الأسباب التى جعلت دافعتك نحو هذا الشيء منخفضة. وفيما يتعلق بالدافعية للقيادة، فإننا يمكن

أن نتعامل مع مخفضات الدافعية وعوائقها هنا في مستويين: الأول هو دافعيته الأساسية للقيادة، أى هل لديك بالفعل استعداد أو رغبة حقيقية في ذلك، أم أنك رافض وغير عايب بأن تكون قائداً من أساسه، أى ما يمكن أن نسميه دافعيته العامة للقيادة. أما في المستوى الثانى، فيكون تركيزك منصبا على الوقائع والأحداث اليومية التى تقابلك فى عملك، وتمثل لك مصدرا للإحباط والتشتت بحيث لا تجعلك راضيا عن عملك تماماً، ولا تؤديه بالصورة التى تبغىها، أو تؤديه بدافعية منخفضة.

وفيما يتعلق بالدافعية العامة للقيادة (المستوى الأول)، فإننا حينما طلبنا منك أن تجيب عن أداة القياس السابقة الخاصة بقياس الدافعية للقيادة، فإننا أردنا أن نعرف ما إذا كنت تريد فعلا تحمل مسئوليات القيادة وتبعاتها مثلما تريد أن تتمتع بمزاياها وحقوقها ومنافعها.

إن فوائد القيادة ومزاياها عادة ما تكون واضحة لك، وترغب فى الوصول إليها والتمتع بها، ولكنك تجد أن هناك شيئاً ما يجعلك تتراجع عن السعى نحوها أو الوصول إليها، شيء يجذبك للخلف، ويجعلك تشعر أنك لا تعرف ما إذا كنت فعلا تريد أن تصبح قائدا لفريق عمل أم لا.

إذا وجدت أن هذه هى حالتك، فعليك أن تقوم بالتالى:

اختل بنفسك لمدة 15 دقيقة، واكتب قائمة بكل الأشياء التى تخفض دافعيته، سواء كانت تلك الأشياء تخفض دافعيته للقيادة على وجه التحديد، أو تخفض دافعيته العامة. سجل كل ما تعتقد أنه مسئول عن كونك محبطا منخفض الدافعية، سواء الدافعية العامة، أو الدافعية للقيادة. ثم سجل كل تلك المعوقات أو مصادر الإحباط فى العمود الأول فى ورقة تقسمها إلى ثلاثة أعمدة.

بعد ذلك استخدم العمود الثانى، حيث تكتب أمام كل معوق من المعوقات التى كتبتها فى العمود الأول، ما إذا كان هذا المعوق طارئاً ووقتياً (مثلاً: تنخفض دافعيته عندما يزور المنظمة التى تعمل فيها أحد العملاء الذين لا تترتاح للتعامل معهم)، أو دائماً ومستقراً كجزء من سياق العمل (مثل: أنك مضطر دائماً لأن تقبل أى عمل يسند إليك حتى لو لم تكن مرحباً به أو متأكداً أنك سوف تقوم به). إذن ففى العمود الثانى نحدد ما إذا كان سبب العمل المحبط المعين، سبباً طارئاً ووقتياً، أم سبباً قائماً ومستمر كجزء من منظومة العمل.

أما العمود الثالث، فمخصص لما تراه من حلول مقترحة لكل عامل أو موقف محبط من المواقف التى ذكرتها فى عمودك الأول. وإذا كان هذا الموقف المحبط

طارئاً ففكر في كل ما يمكنك من تغييره، أو جعله بالشكل الذي ترضاه، أو على الأقل ما يمكن أن يجعله - محايداً بالنسبة لك (أي لا يسبب لك أى إحباط). فكر ودون خطوات فعلية تنفيذية يمكنك القيام بها، وتخلصك من الآثار السلبية المحبطة لهذا العامل أو المتغير الوقتى أو الطارئ أو تقللها تماماً.

أما إذا كان هذا العامل يتسم بالدوام والاستمرارية، فعليك أن تتعامل معه على أنه مشكلة حقيقية، تعترضك وتقلل مما يمكن أن تنجزه. فأنت في هذه الحالة تكون في حاجة إلى جهد مركز، وواع وعمدي، لكي يمكنك التخلص من حالة الإحباط هذه، واستعادة دافعيته ورغبتك في العمل. ولكن كيف يمكنك ذلك؟ كيف يمكنك زيادة دافعيته في ظل وجود تلك المحبطات أو مخفضات الدافعية، والتي تمثل جزءاً من منظومة العمل؟. هذا ما سنوضحه في الطريقة الثانية لزيادة الدافعية، وهو الربط بين الحاجة والمجهود اللازم لتحقيق تلك الحاجة، أى الربط بين الدافع من جهة والعمل من جهة أخرى.

(2) الربط بين الحاجة والمجهود، أو بين الدافع والعمل

إذا نجحت في أن تخلق بداخلك دافعاً تجاه ما تمارسه من عمل، فإن ذلك سوف يؤدي إلى زيادة دافعيته، بمعنى آخر أن تنجح في أن تجد مبرراً قوياً لقيامك بشيء ما، وأن تنجح في أن تدرك أن لك مصلحة، أو أن هناك فائدة سوف تعود عليك مما تقوم به الآن. وتطبيق ذلك المبدأ على كل ما تقوم به سوف يؤدي في النهاية إلى زيادة دافعيته.....إخلق لك مصلحة أو فائدة أو حاجة في كل ما تمارسه..... اعمل وفقاً للمبدأ الشهير "ماذا لي أو ماذا يخصني في ذلك الذي يحدث، أو في هذا الذي أمارسه". إذن عليك دائماً أن تجد لذاتك، ولدوافعك، مكاناً في كل ما تمارسه.....حاول أن تكون جزءاً أو مكوناً فيما تقوم به.....ابرز منفعة بينك وبين ما تقوم به، هذا سوف يؤدي إلى زيادة دافعيته.

أنك بمجرد أن تعتاد على الربط بين ما تقوم به من جهة، وما يحققه لك هذا الذي تقوم به من جهة أخرى، فإنك سوف تعتاد على العمل والنشاط، لأنك أصبحت قادراً على أن ترى في كل ما تمارسه، شيئاً يخصك وفائدة ستعود عليك.

إن مبدأ الربط دائماً بين الدافع والأداء يمارس تأثيره علينا عبر عدة مستويات: ففي المستوى الأول - أو المستوى الأساسي - يمكننا أن نقول لأنفسنا إننا نبذل جهداً في عملنا لأن هذا العمل هو مصدر رزقنا، أو هو الذي نحصل منه على النقود. وفي مستوى آخر (أعلى) يمكن أن نخلق الدافع بداخلنا عندما ندرك

أننا نبذل الجهد في العمل لأن ذلك يسهم في تحقيق المنظمة لأهدافها، ويجعلها منظمة جيدة، وهو ما يشعرني بالفخر والرضا عن الذات.

إذن، فالقاعدة العامة هي: لكي تزيد من دافعتك العامة في العمل، فعليك دائماً أن تخلق دافعا وراء ممارستك لأي مهام في هذا العمل.....أدرك في كل ما تمارسه أن هناك شيئا ما سوف يشبع أو يحقق لك حاجة أو يحقق لك هدفا.....أن هناك دائما ما يحفزك على القيام بهذا العمل، لأن أدائه بنجاح سوف يحقق لك شيئا ما (أنت الذى تبحث عنه وتحدده وتخلقه خلقا) أو يشبع لديك دافعا معينا.

والآن دعنا نعود للقائمة التى سبق وقمت بإعدادها والخاصة بالعوامل التى تمثل لك محبطات أو عوائق للدافعية، خاصة العوائق الدائمة، والتى شعرت بأنك تقف أمامها عاجزا، ولا تعرف كيف تغيرها أو تتعامل معها وتمثل - بالنسبة لك - عوامل مخمدة ومخفضة للدافعية.

بعد أن قرأت ما سبق (الطريقة رقم 2 الخاصة بالربط بين الدافع والأداء) عد مرة أخرى وانظر ما إذا كانت تلك المعوقات موجودة وقائمة لأنك - ببساطة - لا تبذل المجهود اللازم والكافى للتغلب عليها، أم لأنك لا تريد العمل أو بذل المجهود (كسلان).

إذا لم تستطع الإجابة، استخدم التدريب التالى لترسيخ العلاقة بين "الحاجة - المجهود"، وهو - كما سنرى حالا - تمرين يمكنك من خلاله أن تحدد - بدقة - وضعك أو موقفك، وهل تقوم - فعلا - بالمجهود اللازم أو الملائم لتحقيق حاجتك أم لا.

التدريب على ترسيخ العلاقة بين الحاجة والمجهود

خذ ورقة بيضاء، وقسمها - رأسيا - إلى قسمين، وخصص العمود الأول لـ "الحاجات" أو ما تريد تحقيقه أو إشباعه، والعمود الثانى لـ "المجهود" أى ما يجب أن تفعله لكي تحقق كل حاجة من تلك الحاجات. فى العمود المخصص للحاجات اكتب كل ما تريد تحقيقه فى كل مجالات حياتك الأسرية والوظيفية والشخصية. وفى المخصص للمجهود أذكر كل المجهودات التى تقوم بها، سواء فى عملك أو وظيفتك أو مجتمعك المحلي....الخ، كل المجهودات التى تبذلها.

بعد ذلك عليك بالربط بين كل مجهود تبذله، والحاجة والمعينة التى ترى أن هذا المجهود، على وجه الخصوص، يساهم أو يمكنه أن يشبعها. فمثلا، المجهود الذى تبذله فى عملك يمكن أن تربطه بحاجتك إلى شراء سيارة جديدة، مستنتجا:

"إننى من الممكن أن أبذل مجهودا أكثر في عملي، من شأنه أن يزيد من دخلي، الأمر الذى يمكننى من دفع مقدم السيارة الجديدة التى أريد شراءها".

وعليك أن تعى جيدا أنه كلما كانت الحاجة التى تريد تحقيقها، واضحة تماما بالنسبة لك، وتشغل بالك، وتتمنى فعلا إشباعها أو تحقيقها، فسوف تشعر بالفعل - عندما تقوم بالتمرين الذى نتحدث عنه - أنك تشعر بمزيد من الدافعية.

إن جوهر هذا التدريب أو منطقته الأساسي، هو مساعدتك على إيجاد مبررات قوية لبذل مزيد من الجهد. الفكرة الأساسية هى أن تجعل "حاجاتك" فى صميم انتباهك، وتحددها جيدا، ثم تدرك أنه من الممكن تحقيقها بمزيد من المجهود، وأن أى مجهود إضافي سيمثل خطوة فعلية فى إشباع الحاجة المعينة. إذا نجحت فى ذلك، فستجد - وكرد فعل تلقائي لهذا الربط بين الحاجة والمجهود- أن دافعتك ونشاطك قد ازداد كثيرا.

ولكن ماذا لو لم يحدث ذلك؟ ماذا لو لم ترتفع دافعتك رغم قيامك بهذا التدريب للربط بين الحاجات والدوافع؟ إذا لم ترتفع دافعتك، فعليك أن تقوم بتغيير أو تعديل مسار مجهوداتك، وتوجهها توجها آخر مختلفا. ولكن ما هذا المسار أو التوجه الجديد الذى يجب أن نوجه إليه جهودنا؟

الأداة التالية (التنشيط الانفعالي أو "تنشيط الرغبات") سوف تساعدك فى الوصول إلى إجابة ملائمة عن هذا السؤال.

(3) التنشيط الانفعالي

ابحث عما يثيرك انفعاليا، واستخدمه لى تصبح أكثر حماساً وإثارة، ويزيد من معنوياتك وطموحك.

إن الحماس والولع والميل للأشياء هو من أعظم وأكبر الدوافع، وهو الذى يضيف المعنى على ما نقوم به من أفعال. فحماسنا لأهداف معينة هو الذى يجعلنا قادرين على تخطي الحواجز والعقبات، ونظل نسعى وبدأب نحو تحقيق هذه الأهداف التى نتحمس إليها. وباختصار: نحن لا يمكننا السعى نحو تحقيق شيء معين ما لم نكن متحمسين لهذا الشيء.

ورغم ذلك، فلا بد أن يكون حماسنا وولعنا بالشيء المعين دقيقا ومحكما ومنضبطا. لا يجب أبدا أن نبذل الطاقة والدافعية التى تتولد بداخلنا نتيجة لهذا الحماس، بل لابد أن نحسن استخدام تلك الطاقة بأن نجعلها مركزة تماما على الهدف الذى نريده.

ومعنى هذا أننا لابد وأن نقوم بخطوتين: نقوم أولاً بتحديد الأهداف التي نتحمس لها ونشعر بميل وإثارة انفعالية تجاهها. والخطوة الثانية هي أن نعرف كيف نسخر هذا الحماس - وتلك الطاقة الناشئة عنه - لتحقيق تلك الأهداف على أرض الواقع.

الخطوة الأولى: تحديد ما تتحمس له أو يثير ولعك وشغفك

ما الذى يلهب حماسك؟ إن القليل من الناس هو الذى يملك إجابة واضحة عن هذا السؤال، والكثيرون لا يعرفون - على وجه الدقة - ما الذى يلهب حماسهم، ويزيد من دافعيتهم وإثارتهم ونشاطهم.

إذا كنت ممن لا يعرفون - على وجه الدقة - ما الذى يثر حماسهم، فكل ما عليك هو أن تختلى بنفسك لمدة نصف ساعة، وتجيّب عن الأسئلة الثلاثة التالية:

أ - ما الذى أريد أكون عليه عندما يصبح عمري 60 عاماً؟ وما الذى أريد أن تكون عليه حياتي وظروفي حينما أصل إلى هذه السن؟

ب- ما الذى أريد تحقيقه في السنوات الخمس القادمة؟

ج- إذا افترضنا أنني لن أعيش إلا ستة شهور من الآن: ما أهم ثلاثة أشياء أريد أن أحققها في تلك الشهور الستة وقبل أن أموت؟

سوف تتعدد إجاباتك (ما تريد تحقيقه) عن كل سؤال من تلك الأسئلة الثلاثة. وهنا عليك أن تحدد أهم ثلاثة أشياء (ثلاث إجابات) فقط لكل سؤال. وبالتالي، فسيكون أمامك تسع رغبات أو تسعة أهداف. الخطوة التالية أن تحدد أهم ثلاثة أهداف من تلك الأهداف التسعة..... أهم ثلاثة أهداف في حياتك، والتي - من الطبيعي - أن تكون متحمساً لها وتشعر بالرغبة والولع لتحقيقها.

وإذا وجدت أنك رغم ذلك (رغم تحديدهم لأهم ثلاثة أهداف في حياتك) لا تشعر بالحماس الكافي لتحقيقها، فأعد تحديد أهدافك من جديد ساعياً إلى وضع أهداف ترى أنها أكثر فائدة بالنسبة لك.

الخطوة الثانية: حدد كيفية تحقيق هذه الأهداف

بمجرد أن تستقر على تحديد أكثر الأهداف إثارة لحماسك وولعك، حدد لنفسك - وبوضوح - ما الذى ينقصك، أو ما الذى تحتاج إليه لتحقيق تلك الأهداف.

حدد بدقة المعلومات التى تريدها، والتدريب الذى تحتاجه، والأدوات والوسائل التى سوف تحتاجها، والأفراد الآخرين الذين يجب أن يساعدونك ويقفون بجانبك.

بعد ذلك، قم بوضع خطة، منطقية، ومنظمة، ومحددة المعالم والخطوات، ويحكمها إطار زمني واضح المعالم، يمكنك من خلالها تحويل كل هدف إلى حقيقة واقعة.

ثالثاً: مهارة جمع المعلومات

يعد جمع المعلومات بكفاءة إحدى الأدوات الأساسية، وأحد المتطلبات الأساسية لأي فرد يريد أن يكون قائداً ناجحاً، ذلك لأن الأفراد دائماً يتصرفون ويتخذون قراراتهم في أي موضوع بناءً على المعلومات المتوفرة لديهم بخصوص هذا الموضوع. ومن هنا تكتسب مهارة جمع المعلومات أهميتها وخطورتها، لأن ما نجمعه منها هو الذي سوف يقود أفكارنا وتصرفاتنا بعد ذلك. والقائد الناجح هو القادر على جمع وتحصيل نوعين من المعلومات:

- 1- معلومات عامة، تشمل الخلفية المعلوماتية العامة عن مجمل عناصر المجال الذي يعمل فيه.
- 2- معلومات في صميم المجال أو المهمة التي يوليها اهتمامه، أي معلومات مرتبطة تماماً ووثيقة الصلة بما يريد أن ينجزه ويقوم به.

النوع الأول من المعلومات هو الذي يشكل الرؤية العامة لدى القائد بخصوص المجال الذي يعمل فيه، أي تشكل خبرته العامة في مجاله. وتلك المعلومات تتضمن كل ما تعلمه ولاحظه القائد في مجال عمله بشكل عام، من خلال خبراته اليومية المتعددة والمتنوعة. وكلما كان هذا النوع من المعلومات كافياً وصحيحاً وملائماً، كان معنى ذلك أن لدى هذا القائد ما يسمح له بتكوين آراء وأحكام وتقديرات صحيحة في مجال عمله، أو يمتلك ما يمكن أن نسميه "حس عام" صحيح في مجال عمله أو تخصصه العام.

أما النوع الثاني من المعلومات، فيتم جمعه بهدف محدد، أو للنجاح في إنجاز عمل بعينه. وبالتالي، فمحور اهتمامنا هنا هو فقط المعلومات ذات الصلة بهذا الهدف أو العمل الذي نريد إنجازه.

(1) تجميع وتكوين المعلومات العامة (الخلفية المعلوماتية العامة)

يجب أن يكون واضحاً أنه لا يكفي أبداً أن نجمع المعلومات عن الموضوع أو المهمة المحددة التي نريد إنجازها، بل من الضروري جداً أن يكون لدينا معلومات عن الإطار العام للمجال العام الذي يقع فيه هذا الموضوع، أو تلك المهمة. لا يمكنني

- مثلاً - أن أجمع معلومات عن "كيف استثمار هذه الأموال أكفاً استثمار ممكن" دون أن يكون لدى خلفية معلوماتية عامة عن حالة الاقتصاد في البلد، ومعدلات التضخم، وأسباب الركود أو الانتعاش....الخ تلك المعلومات التي تمثل خلفية عامة للهدف أو المهمة الأساسية التي أبحث عن معلومات لانجازها على أكفاً ما يمكن. فالمعلومات الخاصة بالموضوع أو الهدف المراد تحقيقه وذات الصلة الوثيقة به لا تكفى وحدها لتحقيق هذا الهدف بكفاءة، بل لابد من خلفية معلوماتية عامة.

ويمكنك - إذا أردت أن تكون قائداً ناجحاً - أن تعتمد في معلوماتك العامة في مجال تخصصك، على عدد من المصادر:

أ - القراءة، سواء في الكتب والجرائد والمجلات أو على الإنترنت. ومتابعة النشرات والمجلات المتخصصة في مجالك.

ب- تواصل مع عملائك، واعرف ما الذي يريدونه منك، وما الذي لا يريدونه.

ج- تابع كل جديد في مجالك المهني، وركز على ما يريده العملاء، وما يفعله المنافسون لك في المجال، والتكنولوجيا الحديثة المستخدمة....الخ، بحيث تكون دائماً في قلب الأحداث، وواعياً بما يدور حولك أو في مجالك بشكل عام.

د- تواصل مع الخبراء في مجالك، سواء داخل منظمتك أو خارجها، وتعرف على آرائهم وتصوراتهم الحالية والمستقبلية.

هـ- تحدث مع العاملين في منظمتك، وبخاصة مع فرق الإنتاج، لتتأكد من أنك تفهم جيداً ما تقدمه منظمتك من منتجات وخدمات، ونقاط القوة ونقاط الضعف فيما تقدمه منظمتك.

و- كن على وعى وفهم تام بالاستراتيجية العامة لمنظمتك، وبكل ما يحدث فيها. والمهم هنا أن تأخذ وقتك في تجميع تلك المعلومات العامة التي تمثل خلفية لما تريد انجازه أو تحقيقه.....لا تتعجل في ذلك..... واجمع كل ما يمكنك من معلومات بهدوء وتروي، ودون أن تحدد لنفسك جدولاً زمنياً لذلك.

(2) تجميع المعلومات وثيقة الصلة بالمهمة التي تريد انجازها

لابد أن تعمل هنا وفق جدول زمني واضح ودقيق، تحدد فيه الخطوات التي سوف تسير وفقاً لها لتجميع المعلومات الخاصة بالمشروع المعين الذي تريد انجازه. ويجب أن يحكمك هنا ثلاثة اعتبارات:

أ - أن تكون واعياً ومدرِكاً لحجم البحث (البحث عن المعلومات) الذي سوف تقوم به، أو حجم المعلومات التي تحتاجها.

- ب- أن تكون متأكدا أنك "تسأل الأسئلة الصحيحة" عما تريد.
- ج- أن تجمع بالفعل المعلومات التي تحتاجها المعلومات المفيدة المعلومات ذات الصلة الوثيقة بالمشروع الذي تريد تحقيقه.

وبالنسبة لحجم البحث، فإنه يتوقف على مدى صعوبة أو خطورة القرار الذي سوف تتخذه في ضوء ما تجمعه من معلومات. وكذلك يتوقف على الوقت المتاح لك. فلو كان القرار الذي سوف تتخذه - بناء على ما سوف تجمعه من معلومات - بسيطاً وأن الخطأ فيه لن يؤدي إلى متربات سلبية خطيرة، فلا تضيع الكثير من الوقت في جمع المعلومات. والعكس، لو كان القرار خطيراً أو حساساً أو له متربات وتبعات كثيرة، فهنا عليك أن تأخذ وقتك في جمع المعلومات من كافة الجوانب وبشكل متكامل.

ولكي تتأكد أنك تسأل الأسئلة الصحيحة (التي تقودك إلى جمع المعلومات الملائمة)، ناقش مع رئيسك أو عملائك، أو خبراء في المشروع محل الاهتمام، وتبادلا الأفكار، بحيث يمكنك الإحاطة الجيدة بالثغرات الموجودة التي يجب عليك البحث عن معلومات تسدها، وتجعل الموقف أكثر وضوحاً. ولا مانع من الاطلاع على كتب في صميم المشروع محل اهتمامك.

وبعد ذلك، قم بوضع خطة لجمع المعلومات الأساسية التي تريد معرفتها وجمعها، مقدراً الوقت اللازم لذلك. وسوف تجد أن الكثير من المعلومات التي تحتاج إلى جمعها، يمكن جمعها بسهولة، سواء من داخل منظمتك، أو من المكتبات المتخصصة، أو من خلال مقابلاتك لعملائك، أو من خلال بحث سريع لأحوال السوق. وعليك إذا احتجت إلى أي معلومات قانونية أو تشريعية ألا تعتمد على نفسك، بل ارجع إلى المتخصصين في ذلك.

وكلما تقدمت فيما تجمعه من معلومات، أعد النظر فيه، وراجع، وانظر إلى أي مدى تجيب تلك المعلومات عن ما كان لديك من أسئلة وثغرات، وإلى أي مدى تبدو تلك المعلومات متسقة مع بعضها البعض، وإلى أي مدى تتفق تلك المعلومات مع خبرتك العامة أو حسك العام، وأي النقاط تحتاج إلى معلومات أكثر.....الخ.

ونختتم تلك الفقرة بالتأكيد على أنه: رغم أن تجميع المعلومات يعد إحدى المهارات الأساسية للقائد الناجح، فإن المعلومات بذاتها لا تعنى شيئاً، وأن مجرد تجميع المعلومات الملائمة ليس نهاية المطاف. فتلك المعلومات ما هي إلا أداة في يدك، يجب أن تحسن استخدامها كأحد العناصر التي تعتمد عليها في تكوين وتوليد الأفكار، وتكوين رؤيتك.

وفي جزء لاحق من هذا الفصل سوف نوضح كيف يمكن للقائد أن يستخدم ما جمعه من معلومات في بناء وتكوين رؤيته الخاصة. أما في الفقرة التالية، فسوف نوضح كيف للقائد أن يستخدم ما جمعه من معلومات في بناء "قوته كخبير"، أي في جعل الآخرين يدركونه على أنه خبير وقوى في مجال تخصصه.

رابعاً: تكوين قوة الخبير (أي أن يكون لك نفوذ على الآخرين لأنهم يدركونك على أنك خبير) تتشكل قوة القائد. ونفوذه ومدى سطوته على الآخرين، من خلال عدد من المصادر، فمثلاً القائد القوى - بحكم موقعه - يكون قادراً على أن يكافيء، وأن يعاقب، وعلى أن يتحكم في تداول المعلومات (المسموح والممنوع). وبالطبع، فإن بعض مظاهر القوة قد يُساء استخدامها، ويتصرف القائد بشكل غير ملائم وكأنه الحاكم المنفرد بإدارة كل شيء واتخاذ أي قرار، وعلى الآخرين السمع والطاعة فحسب. ولا شك أن "الدنيا قد تغيرت"، ونادراً ما نجد فريق عمل يسمح لقائده، أو يوافق على أن تكون كل قوة قائده مستمدة فقط من أنه يملك الثواب والعقاب، والمنح والمنع. ومن ثم، لم يعد ذلك (أي أن تستمد قوتك كقائد من مجرد استخدام السلطات التي يتيحها لك موقعك) ملائماً لكي تكون قائداً فعالاً.

وعلى العكس من ذلك، فهناك ثلاثة مصادر يمكنك أن تستمد منها قوة إيجابية، قوة تفيدك، ومقبولة بل ومحبة لفريق العمل الذي تقوده، ولا ينتج عنها أي مشاكل في تعاملك مع فريق العمل الذي تقوده، وهي القوة الكاريزمية (القوة التي تستمدتها من تأثيرك الإيجابي على الآخرين وافتتانهم بك)، والقوة التي يضيفها الآخرون عليك لإدراكهم لك بأنك خبير، والقوة التي يضيفها الآخرون عليك لإدراكهم لك وتعاملهم معك على أنك "مرجع"، وأنه يمكن أن يحتكموا إليك في أي يحدث خلاف أو مشكلة تنشأ.

وسوف نعرض هنا للمصدر الثاني فقط من تلك المصادر الثلاثة التي يمكنك من خلالها تكوين واكتساب القوة، وهو قوتك كخبير.

كيفية الاستخدام: لا شك أن إدراك فريق عملك لك على أنك خبير أمر في غاية الأهمية، ذلك لأنهم دائماً يتوقعون منك التوجيه والإشراف. لا بد أن يؤمن فريق العمل إيماناً قوياً بقدرتك على اختيار وتحديد التوجه الصحيح للعمل، وأنت قادر على أن تصل بهم - كفريق عمل - إلى تحقيق أحسن النتائج.

إن فريق عملك إذا أدركك على أنك خبير حقيقي، فسوف يبدون لك احتراماً كبيراً، حتى وأنت تمارس سلطاتك كقائد، وسوف تكون أكثر إقناعاً لهم، وأكثر

قدرة على بث روح الحماسة فيهم. بمعنى آخر: إذا أدركك فريق عملك على أنك خبير، فسوف يكون من السهل عليك أن تقودهم بأسلوب يخلق دائماً درجة عالية من الدافعية، لأنهم:

- 1- يعرفون أنك قادر على أن توضح لهم كيف يؤدون عملهم بكفاءة.
- 2- سوف يثقون في أحكامك، ويؤمنون بأنك تدلهم دائماً على الطريق الصحيح.
- 3- سوف يؤمنون بأن لديك من الحكمة ما يمكنك من أن توجه جهودهم دائماً نحو الهدف الذي ينشده فريق العمل.
- 4- وعلى المجمال، فسوف تكون قادراً على جعل فريقك يؤدي دائماً في ظل دافعية مرتفعة.

والسؤال الآن: كيف تبني قوتك كخبير؟ يمكنك أن تقوم بذلك عبر عدد من الخطوات على النحو التالي:

أ - - - - -
تحصيل واكتساب الخبرات والمعلومات: فتلك هي أولى خطواتك في سبيلك لكي يدركك العاملون معك على أنك خبير في الموضوع محل الاهتمام. وعليك هنا أن تعتمد وتستخدم كل مصادر التحصيل والاكتساب المتاحة لك. وبالطبع لا تنسى أداة جمع المعلومات التي سبق لنا الحديث عنها في هذا الفصل. وعليك أن تعي أنه لا يكفي أبداً أن تعرف وتحصل المعلومات، فهذا في حد ذاته لا يجعلك خبيراً، بل المهم هو أن يدرك فريق عملك أنك كذلك، ويؤمنون بأنك مصدر موثوق فيه للمعلومات والنصائح والتوجيه.

ب- - - - -
وضح للآخرين مؤهلاتك ومسوغاتك بأنك خبير: لا شك أن معظم المنظمات، والأفراد، يربطون بين مدى كفاءة الفرد وملاءمته كخبير، وبين الشهادة الدراسية التي حصل عليها، والأعمال والخبرات التي اكتسبها. وبالتالي، فعلى القائد أن يجعل الآخرين - رؤسائه وزملائه ورؤسائه - على علم تام بالمستوى التعليمي الذي وصل إليه، والشهادات الأكاديمية التي حصل عليها، وكذلك بخبراته العملية في هذا المجال، وما حققه فيه من انجازات. اذكر للآخرين - بثقة وتواضع - الأماكن التي عملت فيها، والانجازات التي حققتها، والمشاريع الناجحة التي ساهمت فيها.

ج- - - - -
حافظ على مصداقيتك واحرص على أن تظل قائمة: بمجرد أن تتكون لدى الآخرين صورة ذهنية عنك بأنك خبير، أو تمتلك ما يؤهلك لأن تكون كذلك. فعليك أن تحرص جيداً على أن تظل تلك الصورة قائمة، أي يظل إدراك الآخرين لك على أنك خبير قائماً ولا يهتز أو يضعف. ومن الأشياء التي

تساعدك على ذلك (الحفاظ على المصداقية وتظل صورتك كخبير قائمة بقوة) أن تتجنب الحديث أو "الإفتاء" فيما لا تعرف، وألا تشارك في مشروعات تكون متأكدا من ضعف فرص نجاحها.

د- تصرف بثقة، وبحسم وشجاعة في المواقف الصعبة وعند الأزمات: في مواقف الأزمات أو الطوارئ ينتظر العاملون ويفضلون من يتقدمهم ويكون في مقدمة الصفوف ليوضح لهم كيف يتعاملون ويتصرفون في هذا الموقف الصعب. وفي مثل هذه المواقف يتوقع العاملون أن من يجب عليه أن يقوم بذلك هو أكثر من يثقون فيه، وأكثر من يعتقدون أنه يمتلك المعرفة التي تؤهله لأن يقودهم لاجتياز هذا الموقف الصعب. وعلى القائد في مثل تلك المواقف أن يكون أهلا للمسئولية، وألا يرتبك أو يكشف عن أية بوادر تهز صورته - كقائد خبير - لدى رؤسياه، أو تشير إلى أنه ليس أهلا للقيادة في هذه المواقف المتأزمة.

هـ- احرص على أن تكون دائما على علم بما يدور حولك: إن قوتك كخبير تثبت نفسها وتعتبر عن نفسها من خلال قدرتك على إقناع الآخرين منطقيا، وإظهار سلوكيات وتصرفات تنم عن تلك الخبرة. ولا شك أنك لن تكون قادرا على إقناع المرؤسين بشيء ما في أي موضوع، إلا إذا كنت على دراية تامة بكل جوانب هذا الموضوع. ومن ثم، فالقائد لابد أن يحرص تماما على معرفة ما يحدث سواء داخل فريق عمله، أو داخل المنظمة، أو في العالم من حوله.

و- راع آراء واعتبارات العاملين معك تحت قيادتك: فقدرك على الإقناع المنطقي لا تعنى أنك الذي تتحدث، ويتعين على الآخرين الاستماع والتنفيذ حتى ولو كان ما تقوله أو تطلبه منهم مقبولا منطقيا، بل يجب أن يتم ذلك من خلال عملية تواصل، وأن تستمع باهتمام لآراء ومخاوف رؤسائك، وأن تضع ذلك في اعتبارك في أي قرار تتخذه، وعليك أن تتأكد أنهم - أي رؤسائك - مدركين بأنك تهتم وتأخذ دائما في اعتبارك آراءهم واعتباراتهم الخاصة، وأنهم ليسوا أبدا - بالنسبة لك - كما مهملا.

ز- احرص على عدم تجريح رؤسائك أو الحط من شأنهم: إن قوتك المستمدة من كونك خبيرا، أساسها أنك تعرف، ويعرف العاملون معك، أن هناك فرقا بينكم لصالحك أنت، فأنت الأكثر دراية وخبرة ومعرفة. إذن فهذه بديهية. المهم أن تحسن استخدام ذلك، لا تسيء استخدام قوتك كخبير، بأن "تعاير" الآخرين أو تؤكد لهم أنك الأحسن أو الأعلى، لا تتعالى عليهم، أو تفعل كل ما يهدد

تقديرهم لذواتهم، لا تضعهم في مواقف مقارنة تكشف عن ضعف أحدهم. إن المرؤسين ينفرون من القائد الذى يتعالى عليهم، أو يتباهى - بشكل فج - بقوته وتمايزه عليهم.

إن بعض القادة - حتى وهو يقدم لمرؤسيه وجهة نظر مقنعة تماما ولا غبار عليها، يعطى لهم انطبعا بأن من لم ير ما يراه هو، أو من لم يوافق على ما يقوله، يعتبر جاهلا وناقص الخبرة لا تفعل ذلك أبدا.

خامسا: توزيع المهام على فريق العمل (المهمة المناسبة للرجل المناسب)
مقدمة

إذا كان المدرب الرياضى الجيد يولى الاهتمام الكبير باختيار قائمة اللاعبين المناسبين لمباراة معينة، ويهتم بأن يكون دور كل منهم واضحاً تماماً بالنسبة له (أى للاعب) ولزملائه، وبحيث يكون الجميع على علم تام بمهمة كل فرد منهم، وبمهمة الفريق ككل، أو بالهدف العام الذى يسعون لتحقيقه، فإن ذلك - بالضبط - هو ما يجب أن يفعله القائد الناجح. على القائد أن يختار الرجل المناسب للمهمة المناسبة، أى أن يكلف كل عضو من أعضاء فريقه بالمهمة التى تتفق وتتناغم مع مهاراته وقدراته، وبحيث يكون هذا الشخص هو أكفأ فرد فى فريق العمل يمكن أن يتولى تلك المهمة. ولكن كيف يمكن للقائد أن يفعل ذلك؟

أول ما يجب أن تفعله لكى تنجح فى تكوين فريق جديد، يؤدى كل عضو فيه المهمة التى يجيدها ويبرع فيها، عليك أن تفهم طبيعة المهمة أو العمل المراد انجازه والمهارات والقدرات اللازم توفرها لكى يتم هذا الانجاز بأحسن ما يكون، ثم بعد ذلك توزع العمل على أفراد الفريق، بما يتلاءم مع مهارات وقدرات كل منهم. ومزيد من التفصيل، لكى تنجح فى ذلك عليك أن تعمل وفق الخطوات الأربع المتتالية الآتية:

1- قسم الهدف الكلى للفريق إلى عدد من الأهداف الصغرى النوعية المحددة (التي إن تحققت فسوف يتحقق الهدف الكلى)، وحدد المهام والإجراءات التنفيذية اللازم القيام بها لتحقيق كل هدف من تلك الأهداف، ثم دون تلك المهام والإجراءات فى قائمة، وقم بترتيبها تنازلياً طبقاً لأهميتها، الأهم، فالمهم، فالأقل أهمية بالنسبة لتحقيق الهدف الكلى.

2- حدد المهارات والقدرات اللازم تواجدها لدى من يجب أن يقوم بكل مهمة من تلك المهام النوعية.

3- حدد (اكتب) المهارات والقدرات التي يتميز بها كل فرد من أفراد فريقك.

4- وزع المهام على الأفراد بناء على نتائج الخطوات الثلاث السابقة، حيث يتولى كل عضو في الفريق المهمة النوعية التي يجيدها، ويمتلك من المهارات والإمكانات ما يؤهله لتنفيذها على أحسن حال.

ما سبق هو الإجراء المثالي، ونادرا ما نجد على أرض الواقع أن فريق العمل يتكون من أفراد كل منهم (ودون غيره) وكأنه خُلِقَ لمهمة من المهام التي يريد القائد انجازها ليتحقق الهدف العام للفريق. ومعنى آخر، فإن عملية المضاهاة المثالية (بين مهارات كل عضو في الفريق، ومتطلبات تنفيذ مهمة معينة) كثيرا ما تكون غير متاحة فعليا، فمثلاً قد يكون عدد المهام النوعية المراد انجازها أكبر من عدد أعضاء فريق العمل، أو أن المهارات اللازمة لانجاز مهمة معينة بكفاءة، غير متوفرة بالدرجة المطلوبة لدى أى فرد من أفراد الفريق.....الخ. هنا على القائد أن يتصرف بأسلوب آخر.

فإذا تبين للقائد أن أفراد الفريق متقاربين في مهاراتهم، أو أن أكثر من فرد يتمتعون بمهارات لازمة لانجاز مهمة واحدة، فعليه هنا إما أن يكلف من يراه أعلى الأفراد مهارة وكفاءة بأن يتولى أكثر المهام خطورة وأهمية، وإما أن يعهد بالمهمة المعينة لأقل الأفراد في السلم الوظيفي ممن يمكنهم القيام بها (أى إذا توفر أكثر من عضو يمكنهم القيام بالمهمة، يختار أقلهم في السلم الوظيفي). والواقع أن كلا الاختيارين له عيوبه ومميزاته. فالاختيار الأول (أعلى الأفراد كفاءة أو رقيا في السلم الوظيفي)، سوف يؤدي إلى انجاز المهمة بدرجة عالية ومضمونة من الجودة ولكن بتكلفة مرتفعة. أما الاختيار الثانى، فسوف يؤدي إلى انجاز المهمة بتكلفة أقل ولكن ربما بجودة أقل أيضا.

أما إذا تبين لك - كقائد للفريق - أن لديك نقصاً في إعداد فريقك، أى أن عدد المهام النوعية (المراد انجازها لتحقيق الهدف الكلى للفريق) أكبر من عدد الأفراد الذين يعملون معك، فليس أمامك إلا: إما أن تدرب الأفراد المتاحين لك لترفع من مهاراتهم وقدراتهم ليتمكنوا من تحقيق الهدف العام، وإما أن تزيد عدد الأفراد وتضيف إليهم ما يسمح للفريق بإنجاز مهمته. وعادة ما يكون البديل الأول - مزيد من التدريب لأعضاء الفريق - هو الاختيار المناسب، ذلك لأنه سيعطيك الفرصة لتتعرف أكثر على إمكانيات كل فرد في الفريق عن كثب، وإن كان لهذا الاختيار

(أى تدريب أعضاء الفريق) بعض المساويء أهمها أن معظم المتدربين يستفيدون فقط نظريا (يعرفون معلومات جديدة)، ولكنهم لا يجيدون توظيفاً لما تدربوا عليه في المواقف العملية الفعلية. أما الاختيار الثانى (تزويد الفريق بأعضاء جدد)، فإن ذلك يستغرق وقتاً طويلاً (قبول المرشحين والاختيار من بينهم ودمج المختارين مع الأعضاء القدامى الخ)، ويحتاج إلى تكلفة عالية، بالإضافة إلى أنك لن تضمن أبداً أنك ستختار أكفأ وأحسن المتقدمين، بحيث ينجح فعلاً فى التوافق مع باقى أعضاء فريقك والانسجام معهم لانجاز ما تريد من مهام.

وعلى أية حال - ومهما كان اختيارك - فبعد أن تستقر على تحديد أعضاء فريقك، وتحديد مهام كل واحد منهم، عليك أن تبلغهم جميعاً بذلك، لابد أن يعرف كل عضو موقعه فى الفريق، والمهام المكلف بها بدقة، ومسئوليته، وسلطاته، وكيفية محاسبة كل فرد من أفراد الفريق. ومن الأفضل أن يوضح كل ذلك كتابة. أى تحديد دقيق لدور كل عضو فى الفريق، يعرفه العضو نفسه، ويعرفه كذلك باقى الأعضاء، وذلك حتى تكون كل الأمور واضحة لا لبس فيها.

وعليك كقائد، وأنت تقوم بتكوين فريق العمل، وتوزع المهام والأدوار عليهم، ألا تنسى:

أ - ضرورة أن يكون لديك أفراد "احتياطي" خاصة لأعضاء الفريق الذين يتولون مهام خطيرة، أو مؤثرة فى تحقيق الهدف العام للفريق، وبحيث تضمن أن المهام الخطيرة أو المؤثرة لن تتوقف أو تتعرض لأى مشكلات فى تنفيذها.

ب- تؤكد الدراسات أن فريق العمل الذى يتكون من أفراد متباينين (ثقافياً - مهارياً- وظيفياً الخ) تبايناً يؤدى إلى انسجام وتوافق، ينجح فى تحقيق أهدافه مقارنة بفريق عمل يتكون من أفراد متماثلين فى خلفياتهم الثقافية والمهارية والوظيفية. وأن الفريق الثانى (المتماثلين أو المتشابهين) عادة ما يكون مصدراً للصراعات والمشكلات بين أعضائه.

سادساً: كيف تكتشف وتحدد نقاط القوة والضعف فى أفراد فريقك، وتحدد المهارات التى يجب تطويرها لديهم؟
مقدمة

إن فهمك لنقاط قوة ونقاط ضعف كل فرد من أفراد فريق العمل معك، يجعلك قادراً على وضع كل واحد منهم فى الموضع المناسب وتولى المهام التى تناسبه، كذلك يمكنك من مساعدتهم على توظيف نقاط قوتهم بأحسن شكل ممكن، وأيضاً

تحسين وتطوير قدراتهم ومهاراتهم التي تعاني من الضعف. وبالطبع، فإن تحسين وتطوير قدرات وإمكانات كل عضو في الفريق هو تطوير وتحسين لأداء الفريق ككل.

كيفية الاستخدام: سوف نقدم لك كقائد لفريق العمل أربعة أساليب يمكنك من خلالها أن تحدد الحاجات التنموية لفريقك، أى ما يحتاج الأفراد إلى أن يتعلموه ويكتسبوه ليصبحوا أكثر كفاءة. وتلك الأساليب الأربعة هي: الملاحظة، وجمع المعلومات، والمقابلة، واستخدام مقاييس لتقدير كفاءة ما يملكونه من مهارات.

(1) الملاحظة

هناك فرق كبير بين الملاحظة والمشاهدة، فالفرد - خاصة إذا كان غير مدرب على الملاحظة - قد يشاهد ويرى الكثير يحدث أمامه، ولكنه لا يلاحظ من هذا الذى يشاهده إلا القليل. الملاحظة - إذن - هى فن المشاهدة، هى المشاهدة الدقيقة والمقننة التى تتم لتحقيق أهداف محددة. الملاحظة هى "فهم" لما تشاهده.

والملاحظة إحدى أهم الوسائل التى يمكن للقائد من خلالها معرفة مواطن القوة ومواطن الضعف لدى كل عضو من أعضاء فريق العمل لديه، سواء على المستوى الشخصى أو على مستوى الأداء المهني. والقائد الناجح هو الذى لا يجعل أى فرصة تفوته ليلاحظ كيف يؤدي وكيف يسلك أفراد الفريق أثناء ممارستهم لأعمالهم. والواقع أن الملاحظة ليست مطلوبة لذاتها، بل يقوم بها القائد كأحد الأساليب الموضوعية لجمع المعلومات والتقييم. وعلى القائد عند ملاحظته لأفراد الفريق أن يراعي:

أ - يجب وأنت تلاحظ أن تكون "مسجلاً" أو مراقباً أميناً وصادقاً فيما تلاحظه، أى أن تكون موضوعياً، وتركز على ما تلاحظ بصرف النظر عن الشخص الذى تلاحظه.
ب - لا تجعل من تلاحظه يدرك أو يشعر أنه "تحت المراقبة"، حتى لا يشعر بالضيق والتوتر لإدراكه أنه "تحت الأنظار".

ج - تجنب التقييمات أثناء الملاحظة، أى ركز فقط على الملاحظة بدقة لما تراه ودون تقييم لذلك لا تقييم إلا بعد انتهاء الملاحظة، وبعد أن تشعر أن الصورة أصبحت مكتملة أمامك (أى أنك لاحظت ما تريد ملاحظته).

د - لا تجعل القوالب النمطية، أو الشائعات، أو أى أفكار مسبقة، تؤثر عليك وأنت تقوم بالملاحظة، بل ادخل الملاحظة وأنت محايد، ودون أن يكون هناك ما

يؤثر على ما تدركه أثناء الملاحظة، أو يوجهك - بطريقة أو بأخرى - لأن تلاحظ بشكل غير حيادي، محكوماً في ملاحظتك بفكرة مسبقة.

(2) جمع المعلومات

يمكنك أيضاً أن تجمع ما تحتاجه من معلومات عن أي عضو من أعضاء فريق العمل، من خلال الآخرين الذين لهم صلة وثيقة بهذا العضو، سواء الآن أو في الماضي، مثل عملائه داخل المنظمة وخارجها، رؤسائه وزملائه السابقين، وأصدقائه، ومساعديه..... الخ. كذلك يمكنك الاعتماد في ذلك على تقارير العضو أو ملف خدمته. وعليك وأنت تجمع المعلومات عن العضو أن تراعى ما يلي:

أ - راع الظروف والإطار الثقافي الذي توجد فيه، ولا تجعل من تسأله عن العامل أو تحصل على المعلومات منه يشعر أنك تسأل عن هذا العضو أو تجمع معلومات عنه لأن هناك ما يدينه أو أنك غير راض عنه، أو أنك "تتجسس عليه"..... الخ. إذن فعليك أن تكون حذراً وأنت تسأل عن عضو فريقك أو تجمع معلومات عنه من آخرين.

ب- كن حذراً، ولا تجعل أسئلتك - التي توجهها للآخرين لجمع معلومات عن العضو - تثير مواقف أو ذكريات أو أحداث سلبية سابقة، أو ظروف سيئة سبق وأن تعرض لها العضو وتخطاها وانتهت تماماً.

ج- احرص على ألا يعطيك الآخرون - الذين تجمع منهم المعلومات عن العضو - انطباعات أو أحكام عامة، بل لابد أن يدعموا آراءهم (بخصوص العضو) بمواقف محددة، وبأمثلة دقيقة. فلا تجعل من تسأله أن يقول لك: "لقد سمعت كذا أو يقال كذا"، بل لا بد أن تكون آراؤه ومعلوماته عن العضو، موضوعية ودقيقة.

(3) المقابلة

إن الملاحظة، وجمع المعلومات، يمكن أن يساعدانك - كقائد لفريق العمل - على أن تكون صورة أو وجهة نظر تجاه العضو محل الاهتمام، إلا أنهما لا يوضحان لك بشكل ملائم كيف يفكر هذا العضو، أو بماذا يهتم، وماذا يحب وماذا يكره في العمل.... الخ، وذلك ما يمكن لك أن تعرفه جيداً وتضع يدك عليه بدقة إذا قابلت العضو، وتكلمت معه، أو حاورته وجهاً لوجه، حول ما تريد معرفته عنه، أو ما تريد جمع معلومات عنه.

إن لقاءاتك المباشرة مع أعضاء فريق العمل، وتحدثك مع كل منهم، يمكنك من أن تعرف ماذا يريد كل منهم، وكيف يفكر، وكيف يدرك ويفسر ويتعامل مع المواقف والأشخاص من حوله. وإذا تمكنت من فهم كل ذلك، فيمكنك أن تعرف كل عضو منهم حق المعرفة، وبالتالي يمكنك أن تستخرج من كل منهم أحسن ما عنده، وتسعى إلى تنمية وتطوير ما لدى أي منهم من عيوب أو نواقص. وأحسن وسيلة للقيام بذلك هي "الحوارات" أو المقابلات غير الرسمية بأعضاء فريق العمل، وفي مواقف تبعث على الثقة المتبادلة والدفع الإنساني.

ولكي تكون تلك المقابلات أو "الحوارات" مع عضو الفريق، مفيدة، وتستطيع أن تخرج منها بما تريد أن تعرفه عن العضو وعن العمل أو المهام التي يقوم بها، فأحرص على أن يحكم تلك اللقاءات أو المقابلات، الاعتبارات التالية:

أ - الصعوبات والمشكلات التي يواجهها العضو: ما أهم الصعوبات أو التحديات أو المشكلات التي يواجهها هذا العضو عند ممارسته لمهام عمله؟ وهل تلك الأشياء هي فعلاً بطبيعتها صعبة أو تمثل تحدياً لأي شخص، أم تعتبر كذلك بالنسبة لهذا العضو على وجه التحديد؟ وهل تلك الصعوبات والمشاكل توجد نتيجة لقصور في الوسائل والأدوات التكنولوجية اللازمة لإتمام العمل، أم توجد نتيجة لضعف أو قصور في مهارات وقدرات العضو؟.

ب- الجوانب والمهام السهلة والممتعة بالنسبة للعضو: ما جوانب أو مهام العمل التي يحبها الفرد ويجد متعة في أدائها؟ وهل هذا يرجع إلى أن تلك الجوانب أو المهام سهلة، أم أنها ليست كذلك، ولكن العضو يمتلك المهارات والإمكانات التي تؤهله للقيام بها بسهولة؟ وهل يشعر العضو أنه يمتلك المهارات الضرورية التي تؤهله للقيام بكل مهام عمله وهو مستمتع وراضٍ؟

ج- كيفية قضاء وقت العمل: ما أكثر مهمة يقوم بها العضو خلال وقت ممارسته لعمل (المهمة التي تستغرق معظم وقت العمل لهذا العضو)؟ وهل يضطر إلى ترك تلك المهمة، وممارسة مهمة أخرى أقل لأنه لا يمتلك القدرات التي تؤهله للاستمرار في أداء مهمته الأساسية؟ وهل هذا العضو من النوع الذي يؤدي بطريقة أكثر كفاءة وجودة إذا حصل على بعض المساعدة والعون؟.

د- مواطن القوة: متى يشعر العضو بأنه يؤدي بطريقة جيدة، وفي أي المهام؟ وهل ينسب تلك القوة لنفسه أم يرجعها إلى الأداء الجماعي للفريق؟ وكيف

يتصور أن نقاط قوته هذه يجب أن تستغل وتوظف في خدمة الأهداف العامة للفريق الذي يعمل فيه أو معه؟.

هـ- مواطن الضعف: متى يشعر العضو بأنه في حاجة إلى المساعدة؟ وفي أي المهام؟ وماذا يفعل للتغلب على هذا الضعف؟ وما الذي يريده أو يتوقعه من مساعدة ليستطيع التغلب على هذا الضعف؟.

و- الرغبة في التحسن والتطور: كيف، وإلى أي مدى يريد كل عضو من أعضاء فريق العمل أن يطور وينمي مهاراته في المستقبل؟ وكيف؟. وإلى أي مدى يربط الفرد بين ما يريده لنفسه من تطوير وتقدم من جهة، وأهداف الفريق العامة أو رسالته، من جهة أخرى؟.

ز- التهديدات: ما أجزاء العمل أو المهام التي لا يحبها العضو أو ينفر من القيام بها؟ وما أسباب تلك الكراهية أو النفور؟.

إذا أدركت مقابلتك أو "حواراتك" مع أعضاء فريق العمل لديك، في ضوء تلك المحاور السبعة، فسوف تكون تلك المقابلات مثمرة، وتستطيع من خلالها أن تعرف الكثير عن الأفراد الذين يعملون معك.

(4) تقديرات مهارات أعضاء الفريق من خلال تكليفهم بأداء مهام محددة

بمجرد أن تبدأ في وضع يدك على مواطن القوة ومواطن الضعف لدى أفراد فريق العمل لديك (معتمداً على الأساليب الثلاثة السابقة)، يكون من الملائم أن تتأكد مما وصلت إليه أو استنتجته عن كل عضو منهم، وذلك بأن تكلفهم بأداء مهام محددة، مهام تطلب منهم إنجازها بشكل محدد وفي زمن محدد. فهذا سوف يجعلك تتأكد أكثر - وبشكل دقيق وموضوعي - من إمكانات وقدرات كل منهم، وكذلك ستعرف - وبدقة أكثر - مواطن قوة وضعف كل منهم، وبالتالي كيف يمكنك تطوير أدائهم.

وراع أن تكون المهام التي تكلفهم بها: ممكنة الانجاز في ظل الوقت الذي أنتحه لهم ليؤديها فيه، وبشرط أن يعملوا بجد واجتهاد، وباعتبار أنهم "عاديون أو متوسطون، أي ليسوا ضعفاء وكذلك ليسوا ممتازين.

كون رأيك النهائي: بعد استخدامك لتلك الأساليب الأربعة، ستكون لديك صورة صحيحة وواضحة عن قدرات ومهارات فريقك، وعن جوانب القوة وجوانب الضعف التي تحتاج إلى تطوير لدى بعض الأعضاء، وكذلك مدى استعداد أو ترحيب الأفراد بالتدريب للنهوض بما لديهم من نقاط ضعف.

سابعاً: القيادة عبر الثقافية (قيادة فريق عمل ينتمى أفرادها لثقافات مختلفة) في زمن العولمة، ودمج المنظمات، والمنظمات العابرة للقارات، والتعاون بين رجال الأعمال من كل أرجاء الأرض، أصبح شائعاً وجود فرق عمل تتضمن أعضاء ينتمون إلى أقطار أو ثقافات متباينة. وحتى داخل المنظمات المحلية - أى التى توجد فى بلد ما وليس لها أى فروع فى أقطار أخرى - كثيراً ما نجد بداخلها أفراداً يعملون معاً كفريق رغم تباينهم ثقافياً. إن معظم قادة فرق العمل فى القرن الحادى والعشرين سوف يكتشفون أنهم يتولون قيادة فريق عمل ينتمى أعضاؤه إلى ثقافات مختلفة، وبالتالى يصبح من الضرورى بالنسبة لهؤلاء القادة أن يكون لديهم حد أدنى من المعرفة بالثقافات المختلفة التى ينتمى إليها الأفراد الذين يعملون معهم أو يتولون قيادتهم، لأن ثقافة كل فرد تساهم بدرجة كبيرة فى تشكيل سلوك الفرد، سواء سلوكه الشخصى أو سلوكه فى سياق العمل.

إن الثقافة تمارس تأثيرها على الأفراد عبر أكثر من مستوى. ففى مستوى معين، يتأثر الأفراد ويتشكلون فى ضوء أصلهم العرقى، ودينهم، وخلفيتهم القومية. وفى مستوى آخر يتأثر الأفراد بالمعايير والقيم المثالية والخبرات الخاصة بفريق العمل الذين يعملون معه. وفى مستوى ثالث يتأثرون بثقافة المنظمة التى يعلمون فيها. إن هذا يعنى أن الثقافة مفهوم مركب ومتعدد المحاور والمستويات.

ورغم تعقد مفهوم الثقافة وتعدد مكوناته ومستوياته، فإن القائد يمكنه أن يفهم الثقافة المعينة، إذا ركز على:

(1) الرموز

نستطيع أن نتحدث عن رموز خاصة بالمنظمة، ورموز خاصة بالأفراد. ورموز المنظمة هى أشياء تعبر عن تلك المنظمة وعن رسالتها أو أهدافها العامة، ومن أمثلة ذلك: الزى الذى يرتديه العاملون فيها، وشكل الشعار الخاص بها أو العلامة التجارية التى ترمز إليها. أما بالنسبة للأفراد، فإن الرموز تتضمن أمور العقيدة الدينية، والعنصر والأصل العرقى. ومن أهم الرموز التى يمكن أن تميز أبناء ثقافة معينة الزى والرموز الدينية.

(2) نماذج الدور

تتحدد معتقدات وطموحات الأفراد فى ثقافة ما فى ضوء نماذج الدور التى يستمدونها من ثقافتهم (من آبائهم، أو أصدقائهم، أو رجال الدين، أو المشاهير فى تلك الثقافة).

(3) اللغة

في أي ثقافة عادة ما نجد: اللغة العامة أو الشائعة - لهجة أو لهجات محلية - لغة اصطلاحية (خاصة بمهنة أو طائفة معينة).

(4) العادات والتقاليد

وهي مواضع متوارثة تحدد لأفراد الثقافة المعينة ما يجب عمله في ظروف أو مناسبات معينة. وإذا قصرنا ذلك على المنظمات، نجد أن بعض منظمات العمل لديها تقليد أساسي وهو حفل سنوي للعاملين يتسامرون فيه ويتناولون العشاء معًا، أو أن يقوم رئيس العمل مثلًا بزيارات منزلية للمرؤسين. فمثلا هذه العادات قد تكون موجودة في منظمة في بلد ما، ولا توجد لها في بلد آخر. أما على مستوى الأفراد، فقد يكون من التقاليد في إحدى المنظمات في ثقافة ما أن يذهب العاملون للصلاة عندما يحين وقتها تاركين العمل وكل شيء، أو يقضون أوقاتهم مع الأصدقاء.

(5) القيم الأساسية

القيم ركن أساسي محدد للسلوك، سواء سلوك الفرد أو سلوك أو توجه المنظمة ككل. فقيم أي ثقافة هي التي تحدد الكيفية التي يجب أن تسير عليها الأمور، وماهية الأشياء الجيدة والمقبولة، وتلك السيئة والمرفوضة. وبالتالي فعلى القائد الناجح أن يفهم قيم العاملين معه حتى يستطيع أن يكتسب ثقتهم، ويقودهم إلى أداء العمل بكفاءة.

إن فهمك واستيعابك لثقافة ما ليس أمرا سهلا، بل ربما يتطلب منك سنوات، بل قد لا يمكن استيعاب ثقافة ما إلا بالعيش فيها، ومشاركة أفرادها في حياتهم اليومية. فلا يمكن لفرد ينتمي لثقافة ما أن يفهم تماما ثقافة أخرى، وكيف تؤثر تلك الثقافة الأخرى في أبنائها. كل المطلوب من القائد أن يعرف: أن الثقافة تؤثر على السلوك بشكل كبير. ومن ثم، فعليه أن يراعى ذلك في قيادته لفريق مكون من أفراد مختلفين ثقافيا، وعليه كذلك أن يحاول - قدر الإمكان - أن يعرف ما يستطيع عن الخلفية الثقافية لكل عضو من أعضاء فريقه، وأن يستثمر هذه التباينات الثقافية لمصلحة العمل، وتحقيق أهداف الفريق.

ونختتم الحديث في هذه النقطة بأن التباين الثقافي بين أفراد فريق العمل ليس حكرا على الفريق الذي يتشكل من أفراد ينتمون لأقطار مختلفة، بل يمكننا أن نقول إن الفريق الذي يتشكل من أفراد من نفس القطر أو الثقافة، ولكن هؤلاء الأفراد يتباينون في الأصل، والدين، والجنس، والعمر، فإن مثل هذا الفريق يتطلب قائدا

يراعى هذه التباينات بين أعضاء فريقه ويتعامل معهم كأنه يتعامل مع فريق يتكون من أفراد من ثقافات مختلفة.

ثامناً: تطبيقات عملية

بعد أن تناولنا مجموعة من الأساليب والفنيات التي يمكن توظيفها لتنمية مهارات القادة، والتي من شأنها أن تحقق لنا الهدف المأمول للقائد المدير، يتناول هذا الجزء الأخير من الفصل ثلاثة تدريبات وصفها هت (Hilt, 1988) تشمل بطارية لقياس مهارات القيادة، ودراسة حالة لكيفية إعداد وتكوين القسم المنتج، وأخيراً خطة لتطوير الذات تشمل نفس العناصر التي يتم قياسها في بطارية القيادة، وفي دراسة الحالة.

تدريب 1-11 (بطارية قياس مهارات القيادة)

مقدمة

تقدم البطارية الحالية تصوراً شاملاً للقائد الفعال. والبطارية تتكون من 100 بند، تغطي كل الجوانب المهمة في موضوع المدير القائد، ومستمدة من التراث الضخم الذي تم في هذا المجال. وما نقدمه هنا - في تلك البطارية - هو ما يجب أن يكون عليه "المدير المثالي"، وذلك من وجهة نظر الخبراء في مجال القيادة.

الهدف الأساسي لهذه البطارية، هو المساعدة في إجراء تقدير أو قياس لأداء المدير "كقائد". ويمكن أن يتم هذا التقدير بثلاث وسائل :

- 1- أن يجيب المدير نفسه على البطارية؛ أي يقوم بتقييم نفسه بنفسه.
- 2- أن يقوم الرئيس المباشر للمدير بتقييم أداء المدير.
- 3- أن يقوم المرؤوسون المباشرين للمدير (من يتولى المدير الإشراف المباشر عليهم) بتقييم أداء المدير.

ولا شك أن الاعتماد على الوسائل الثلاثة معاً، يمدنا بنظرة أكثر دقة وشمولاً عن أداء المدير محل التقدير.

وتتضمن البطارية - كما قلنا - مائة بند، موزعين على عشرة مجالات، بحيث يتم تقدير أو قياس كل جانب فيها بعشرة بنود. والمجالات العشرة التي تغطيها البطارية هي:

- 1- الخصال الشخصية للمدير.
- 2- المدير "كوكيل" أو مدعم ومساند للتغيير.
- 3- مدى قدرة المدير على وضع الرؤية (رؤية التغيير).
- 4- قدرته أو مهارته في تكوين الفريق (فريق توجيه التغيير).
- 5- قدرته على توضيح القيم.
- 6- إلى أي مدى هذا المدير "ثاقب النظرة" أو وضع الأشياء والأشخاص في موضعها الصحيح.
- 7- التواصل.
- 8- التمكين.
- 9- الممران.
- 10- القياس.

هذا وتتراوح الدرجة على كل بند من البنود المائة بين صفر - 5 درجات:

صفر: لا ينطبق البند على المدير على الإطلاق

- 1: ينطبق بدرجة بسيطة جداً
- 2: ينطبق بدرجة بسيطة
- 3: ينطبق بدرجة متوسطة
- 4: ينطبق بدرجة مرتفعة
- 5: ينطبق بدرجة مرتفعة جداً

وبحيث تتراوح الدرجة على كل مكون من المكونات العشرة للبطارية بين صفر - 50، وتتراوح الدرجة الكلية على البطارية بين صفر - 500. وبعد أن يتم تطبيق البطارية تحسب الدرجة على كل مكون من الجوانب العشرة، وتعرض في شكل رسم بياني يمثل بروفيلا لأداء المدير وذلك طبقاً للشكل التالي رقم (1-11).

[illegible]

شکل رقم (1-11)

بروفيل القيادة

وتحدد الدرجة التي يحصل عليها المدير على كل مكون من المكونات العشرة على المتصل الخاص بها، ثم توصل النقاط بخطوط مستقيمة باستخدام قلم ملون، لنحصل على برفيل لأداء المدير أو تقديره على تلك البطارية.

بنود البطارية

(1) الخصال الشخصية

- 1-1: يقبل بدور القائد ويستمتع به.
- 2-1: هو شخص يثق في نفسه.
- 3-1: شخص قادر على أن يحفز نفسه بنفسه ويوجهها.
- 4-1: يتمتع بحس قوى ثابت بأهدافه ويلتزم بها.
- 5-1: يميل للأداء الفعلى ولديه دافع قوى للنجاح والإنجاز.
- 6-1: يؤمن بمجموعة من القيم الواضحة التي تحدد سلوكه، ويسير على هداها.
- 7-1: يرحب دائماً بوجهات نظر الآخرين، ويحترمها، يأخذها بعين التقدير والاعتبار، حتى لو كانت وجهة نظر فرد واحد فقط.
- 8-1: هو شخص حاسم ولا يتردد أبداً.
- 9-1: هو شخص مستقيم وأمين وجدير بالثقة والاحترام.
- 10-1: يسعى دائماً إلى مزيد من التعلم وتطوير قدراته ومهاراته.

الدرجة الكلية للخصال الشخصية =

(2) القائد "كوكيل" للتغيير

- 1-2: قادر على تخيل واقع جديد لقسمه أو منظمته، وتحقيق هذا الواقع المتخيل عن طريق إجراءات ملموسة وخطوات على أرض الواقع.
- 2-2: قادر على ترك وإهمال الأفكار والمقترحات التي انتهى عصرها، ولم تعد صالحة للحاضر، ويسعى إلى تجريب أفكار ومقترحات أخرى جديدة بديلة عنها.
- 3-2: من النوع الذي يستطيع تحويل الأفكار والموضوعات إلى حقائق ملموسة على أرض الواقع.
- 4-2: قادر على تحديد وبلورة الأفكار، ومتابعتها إلى أن تأخذ الشكل الصحيح الذي يجعلها ملائمة وقابلة للتطبيق.
- 5-2: قادر على حث وتحفيز العاملين، وتوفير الموارد اللازمة، لتنفيذ أى ابتكار.
- 6-2: حريص على أن يشرك العاملين معه في التخطيط لأي عملية تغيير.
- 7-2: يسعى دائماً إلى خلق وتكوين اتجاه عام لدى العاملين معه، مؤداه أن التغيير يجب أن يكون هو القاعدة، أو الأمر الطبيعي الذي يجب أن يسود في المنظمة.

- 8-2: قادر على جعل كل العاملين معه أو الغالبية العظمى منهم، تقبل وترحب بالتغيير، بحيث تكون مقاومة التغيير في المنظمة أقل ما يمكن.
- 9-2: يسعى دائماً إلى التحقق من ملاءمة أفكاره ومعرفة رأى الآخرين فيها، فهو يقبل النقد البناء بصدر رحب.
- 10-2: يسعى دائماً نحو "الامتياز" و لا يرضى إلا بالأفضل، ويبث تلك الروح البناءة في العاملين معه.

الدرجة الكلية كوكيل للتغيير =

(3) تكوين الرؤية

- 1-3: على علم تام بأوضاع المنظمة، وبكيفية سير الأمور فيها، فهو متابع لكل ما يحدث في أقسام المنظمة كلها.
- 2-3: لديه تصور واضح ودقيق لأهداف المنظمة، والخطط الاستراتيجية المتبعة في تحقيق تلك الأهداف.
- 3-3: لديه القدرة على التركيز على الموضوعات والقضايا المهمة والجوهرية.
- 4-3: قادر على التفكير فيما هو أبعد من مجرد الأعمال اليومية الروتينية، وبحيث يمكنه أن يستخرج من نشاطات العمل اليومي في المنظمة، رؤية جديدة لأهداف المنظمة في المستقبل.
- 5-3: لديه القدرة على تكوين توجه جديد للقسم أو المنظمة التي يتولى مسئولياتها.
- 6-3: قادر على صياغة هدف عام مشترك، يلتف حوله العاملون معه، ويسعى الجميع إلى تحقيقه بروح الفريق، باعتباره هدفاً لهم جميعاً.
- 7-3: قادر على تخيل "صورة عقلية" لما يجب أن يكون عليه أعضاء الفريق، بحيث يكون الجميع على وعى بتلك الصورة المأمولة.
- 8-3: قادر على نقل وتوصيل الصورة التي يتخيلها للمنظمة، إلى كل أعضاء الفريق، بحيث يكون الجميع على وعى بتلك الصورة المأمولة.
- 9-3: قادر على أن يجعل كل عضو من أعضاء الفريق يدرك ويؤمن أنه "مالك" لتلك الرؤية، أي أن تلك الرؤية هي رؤيته الخاصة.
- 10-3: قادر على أن يجعل كل فرد في القسم أو المنظمة يهتم ويركز انتباهه على تلك الرؤية.

الدرجة الكلية لتكوين الرؤية =

(4) إعداد فريق توجيه التغيير

- 1-4: قادر على تشكيل فريق من القادة، يتحملون المسؤولية معا - ومع المدير - بخصوص القسم أو المنظمة.
- 2-4: يحفز وينشط "روح الفريق"، وفي نفس الوقت يدعم ويساند أهداف المنظمة ككل.
- 3-4: قادر على خلق مناخ من الثقة المتبادلة بين أعضاء الفريق.
- 4-4: يشرك أعضاء الفريق بفاعلية في تحديد أهداف الجماعة.
- 5-4: يخلق لدى كل أعضاء الفريق درجة عالية من الالتزام بأهداف الجماعة.
- 6-4: يشرك أعضاء الفريق - وبجدية وفعالية - في اتخاذ القرارات المهمة والمؤثرة على أدائهم ونشاطاتهم.
- 7-4: يطلب الرأي والنصيحة من أعضاء الفريق.
- 8-4: يشجع كل أعضاء الجماعة على التحلي بالصدق والإخلاص.
- 9-4: يعتمد في حله لمواقف الصراع والخلاف على مبدأ "نفع واستنفع" أو الحل الوسط، بحيث لا يكون هناك طرف منتصر وطرف منهزم، بل يقبل الجميع ويرضى أطراف الصراع بهذا الحل.
- 10-4: يشرك أعضاء الفريق بفاعلية في تقييم أداء المجموعة، وما يجب أن يتخذ من إجراءات لتصحيح ما يوجد من أخطاء.

الدرجة الكلية لإعداد فريق توجيه التغيير =

(5) توضيح منظومة القيم وترسيخها

- 1-5: يقوم بدور أساسي وفعال في ترجمة وتحويل النسق القيمي للمنظمة إلى واقع فعلى ملموس في القسم أو الوحدة الذي يتولى إدارتها.
- 2-5: لديه فهم واضح ودقيق بالنسق القيمي للمنظمة.
- 3-5: قادر على تفعيل النسق القيمي للمنظمة، وبث الحياة فيه دائما وباستمرار.
- 4-5: قادر على توصيل النسق القيمي للمنظمة للآخرين في جمل أو صيغ دقيقة محددة، وفي المواقف والموضوعات النوعية.
- 5-5: قادر على جعل الآخرين - الذين ينقل لهم النسق القيمي للمنظمة - يدركون أن هذا النسق هو بمثابة البوصلة التي يجب أن يهتدوا بها، والتي تحدد لهم الاتجاه المرغوب.
- 6-5: يتخذ القرارات، ويتصرف، بشكل يتسق مع النسق القيمي للمنظمة.
- 7-5: مخلص في ولائه للنسق القيمي للمنظمة.

- 8-5: يكشف دائما عن اتساق أقواله مع أفعاله.
- 9-5: يقدم المكافآت والحوافز لأعضاء الفريق، على أساس مدى إخلاصهم والتزامهم بالنسق القيمي للمنظمة.
- 10-5: يعتقد أنه نجح في ترجمة وتحويل النسق القيمي للمنظمة إلى واقع حى، يظهر في السلوك والممارسات اليومية للعاملين الذين يتولى قيادتهم أو إداراتهم.

الدرجة الكلية لتوضيح منظومة القيم =

(6) وضع الأمور في نصابها

- 1-6: قادر على تكوين "جسر" بين حاضر المنظمة ومستقبلها؛ أى قادر على الربط الواقعى بين وضع المنظمة الحالى، والوضع المأمول لها مستقبلا.
- 2-6: على وعى تام، وفهم كبير، بأثر متغيرات البيئة الخارجية (خارج المنظمة) على أعضاء فريقه.
- 3-6: على وعى تام، وفهم كبير بحاجات ومتطلبات عملاء المنظمة.
- 4-6: على وعى تام، وفهم كبير بنقاط القوة، ونقاط الضعف، فى المنظمة أو القسم.
- 5-6: قادر على التركيز على الأشياء والجوانب إلى يجب اقتحامها وتغييرها.
- 6-6: يضع خطة سنوية مكتوبة، تتضمن - وبشكل متكامل - الأهداف المراد تحقيقها، وكيف يمكن أن يتم ذلك، والموارد اللازمة لذلك.
- 7-6: يشرك العاملين - وبجدية وفاعلية - فى إعداد الخطط.
- 8-6: فى إعداد الخطط، يأخذ فى الاعتبار الأمور الطارئة أو ما يحدث من أشياء لم تكن فى الحسبان، أى لديه خطط للطوارئ دائما.
- 9-6: يراجع الخطط باستمرار، ويجرى عليها التعديلات الملائمة تبعا للظروف.
- 10-6: لديه سياسة منتظمة فى التعامل مع الموضوعات والمواقف، ويعرف جيدا كيف يضع حدا لأى موضوع أو قضية.

الدرجة الكلية لوضع الأمور فى نصابها =

(7) التواصل

- 1-7: قادر على التواصل باللغة والأسلوب الذى يلائم الطرف الآخر.
- 2-7: مستمع جيد.
- 3-7: قادر على عرض الموضوعات والقضايا، لفظيا، بشكل واضح وملائم.
- 4-7: قادر على إجراء المقابلات بشكل فعال.

- 5-7: قادر على التعبير عن أفكاره كتابة، بشكل واضح وملائم.
- 6-7: يجعل العاملين معه يعرفون بأنفسهم، إلى أين تمضي المنظمة، وكيف تخطط لتحقيق أهدافها، وماذا يعنى ذلك لهم.
- 7-7: واضح، وحريص على أن يعرف العاملون معه، موقفه ورأيه في كل الموضوعات والقضايا المهمة.
- 8-7: يمد العاملين معه بالمعلومات الكاملة، والصحيحة.
- 9-7: يعتمد في إدارته على أسلوب الاقتراب من العاملين، إذ يذهب إليهم، ويجرى مع كل منهم على حدة مناقشات وحوارات في كافة أمور العمل.
- 10-7: متسق مع نفسه، ودائمًا ما تتسق أفعاله مع أقواله.

الدرجة الكلية للتواصل =

(8) التمكين

- 1-8: يجعل كل فرد من العاملين معه، يشعر بمدى قيمته وأهميته، فهو يؤمن بأن هؤلاء العاملين هم أهم مصادر قوته، ولا يستطيع أن يفعل وحده الأشياء بدونهم.
- 2-8: يعامل الجميع بوقار وكرامة واحترام.
- 3-8: يعامل كل عضو من أعضاء الفريق، على أنه إنسان له اعتباره وكيانه الخاص.
- 4-8: قادر على إدراك حاجات الآخرين، أو ماذا يحتاجه العاملون معه.
- 5-8: قادر على الربط بين الحاجات الفردية لأعضاء الفريق الذين يعملون معه من جهة، وحاجات المنظمة ككل من جهة أخرى.
- 6-8: يكشف عن التزام شديد وواضح بالسعى نحو التفوق والامتياز.
- 7-8: قادر على حفز وتعبئة الأفراد بحيث يصبحون ملتزمين بالرؤية المستقبلية للمنظمة، وحريصين على تحقيقها بنجاح.
- 8-8: قادر على رفع دافعية الآخرين، وتحميسهم، وبث روح التفاؤل فيهم.
- 9-8: قادر على أن يستخرج من الأفراد أحسن ما لديهم، أى يجعلهم حريصين على أن يؤديوا عملهم بأحسن صورة ممكنة.
- 10-8: قادر على أن يجعل العاملين معه، يشعرون دائمًا أنهم "كاسبون" أو دائمًا يحققون انتصارات متتالية.

الدرجة الكلية للتمكين =

(9) الممران

- 1-9: حريص على أن يأخذ الآخرون الوقت الكافي، وهو بصدد تكوين علاقة شخصية معهم، أى تقييم علاقته الشخصية مع الآخرين، بهدوء وترتيب ونضج.
- 2-9: يأخذ في الاعتبار الآمال والاهتمامات الوظيفية الخاصة بكل عضو من أعضاء مجموعته أو فريقه.
- 3-9: ينتهز - وبشكل طبيعي وتلقائي - فرص التفاعل بين الأفراد، ليحثهم على مزيد من التعلم والاكتساب، أى يسعى إلى أن يتعلم الفرد من كل موقف.
- 4-9: يُحسن استخدام مهام وواجبات العمل، كوسائل لتعليم وتطوير أعضاء فريقه أو العاملين معه.
- 5-9: يُحسن اختيار من يحل محله، أو يكلفه بالقيام بمهام نيابة عنه.
- 6-9: يُحسن تقديم عائد الأداء، فهو يقدمه بصدق وصراحة، وفي الوقت المناسب.
- 7-9: عند تقديره لأداء العاملين، يحرص على أن يتعلم العامل من خطئه، لا أن يكون الخطأ سببا للتحذير والعتاب أو اللوم.
- 8-9: يحرص على تطوير رؤوسيه، بحيث يصبحون قادة جيدين في المستقبل.
- 9-9: يحرص على إعداد وتأهيل مساعد - أو أكثر - له، بحيث يكون هناك صف ثان من القادة.
- 10-9: يشجع العاملين ويحثهم على التعلم المتواصل، بحيث يجعلهم يؤمنون أن الفرد لابد أن يحرص دائما على التعلم المستمر والتطوير الدائم.

الدرجة الكلية للممران =

(10) القياس

- 1-10: يمتلك فهما واضحا عن "طبيعة النسق" الذى يتولى مسئوليته، أى طبيعة القسم أو المنظمة التى يتولى إدارتها.
- 2-10: يمتلك فهما واضحا عن "وضع النسق" الذى يتولى مسئوليته، أى حالة القسم أو المنظمة فى أى وقت.
- 3-10: على وعى تام بالمتغيرات القائمة فى القسم أو المنظمة التى يتولى إدارتها، ويعرف جيدا طبيعة العلاقات بينها، وكيف تؤثر فى بعضها البعض.
- 4-10: قادر على تحديد المتغيرات المحددة لنجاح القسم أو المنظمة، وأى المجالات التى إذا حدث فيها نجاح أو تحسن، فإن ذلك سيؤدى إلى نجاح القسم أو المنظمة ككل.

- 5-10: يحرص باستمرار على تجميع البيانات والمعلومات عن العوامل المحددة للنجاح، أى تلك التى تعد أكثر أهمية وتأثيراً.
- 6-10: يحرص فى تقييمه للموضوعات والأشخاص، على التوازن بين الأشياء المدركة أو الملموسة من ناحية، والأخرى غير المادية أو غير الملموسة من ناحية أخرى.
- 7-10: يحرص باستمرار على قياس وتقدير مدى ما يتحقق فى الخطط من تقدم وإنجاز.
- 8-10: يجرى مقابلات ولقاءات فعالة مع العاملين بهدف تقييم الأداء الكلى للقسم أو المنظمة.
- 9-10: يتعامل مع المشكلات وفق أهمية وخطورة كل منها، بحيث تستحوذ المشكلات الكبيرة أو الخطيرة على الاهتمام والمجهود الأكبر.
- 10-10: يتدخل بحسم لتصحيح الأخطاء، ويتخذ الإجراءات الصحيحة لإعادة الأمور إلى مسارها الصحيح عند حدوث أى تدخل أو انحراف عن الخطة الموضوعية للأداء (Hilt, 1988).

الدرجة الكلية للقياس =

المجموع الكلى للدرجات =

تدريب 2-11

دراسة حالة لكيفية إعداد وتكوين القسم المنتج

المشكلة

القسم "س" فى منظمته يعانى من مشكلة كبيرة. فبسبب ضعف القيادة فى هذا القسم- والتى استمرت أكثر من عامين- شهد هذا القسم تدهوراً مستمراً فى أدائه وإنتاجه. ولأنه قسم مهم ومحوري فى المنظمة، فقد انسحب تدهوره هذا على المنظمة ككل، حيث أدى إلى ضعف أدائها الحالى، وتهديد أدائها المستقبلي.

إن الوضع الراهن يستلزم وجود قائد جديد لهذا القسم، ينتشله مما هو فيه، ويصحح الأوضاع، ويبعث فيه الحياة من جديد.

لقد تعاقب على رئاسة هذا القسم فى السنتين الماضيتين ثلاثة مديرين، كان أولهم مجتهد ويعمل لساعات طويلة، إلا أنه يفتقر إلى رؤية لما يجب أن يصبح

عليه القسم. فهو يعمل كثيراً، ولكن دون فلسفة أو هدف واضح يسعى إلى تحقيقه. أما المدير الثاني، فكانت لديه رؤية جيدة لما يجب أن يصبح عليه القسم، إلا إنه فشل في تنفيذ تلك الرؤية وتحويلها إلى واقع ملموس. وأخيراً كان المدير الثالث، الذي كان يهتم بموضوعات وقضايا هامشية لم تكن لتؤثر في تغيير أحوال القسم، بالإضافة إلى أنه كان دائم الشكوى والتذمر من نقص تدعيم إدارة المنظمة له.

ولقد أدركت إدارة المنظمة أنها أخطأت في اختيارها لهؤلاء المديرين الثلاثة، ولكنها غير قادرة على تحديد طبيعة هذا الخطأ بدقة، وهل هو خاص بالتعليم والتدريب، أم خاص بالجانب الدافعي. المهم أن الإدارة صممت على ألا تقع في هذا الخطأ مرة أخرى، وضرورة أن تختار مديراً جديداً ليس كسابقه الثلاثة، مديراً يستطيع بالفعل أن يغير هذا القسم ويعدل من أوضاعه.

ولقد قام كبار المديرين في تلك المنظمة بدراسة مستفيضة لتلك المشكلة، وتوصلوا إلى ما يلي:

- 1- أن المديرين الثلاثة السابقين، كانوا مجرد "مديرين" وليس فيهم أحد يمكن أن نطلق عليه "قائداً حقيقياً". فهم مدراء وليسوا قادة، ولهذا فشلوا.
- 2- لا يمتلك أحد من هؤلاء المديرين الثلاثة المهارات والإمكانات التي تؤهله لإجراء "تغيير مؤثر وفعال" في هذا القسم.
- 3- لم يكن أحد منهم يمتلك رؤية واضحة ومحددة المعالم لما يجب أن يكون عليه هذا القسم، وكيفية تنفيذ تلك الرؤية.
- 4- إن هذا القسم لم يعمل أبداً "بروح الفريق"، بل هو - في أدائه - مجرد مجموعة من الأفراد "الموجودين معاً"، إلا أن كلاً منهم يعمل وفق ما يرى.
- 5- لم يكن لدى العاملين في هذا القسم في أي وقت وعياً أو فهماً واضحاً بقيم المنظمة التي يعملون فيها، أي لا يعرفون ما الذي تريد تلك المنظمة تحقيقه، وما هو الشئ- أو الأشياء- المهمة بالنسبة لها.
- 6- وكما هو متوقع، فإن هذا القسم كان دائماً يفتقد إلى وجود استراتيجية تحكم أدائه، أو خريطة طريق يعمل على هداها.
- 7- ولعل أسوأ وأخطر مشاكل هذا القسم، هي مشكلة نقص التواصل بين العاملين فيه، سواء كان تواصلاً من أعلى إلى أسفل، أو من أسفل إلى أعلى، أو حتى التواصل بين العاملين في المستوى الوظيفي الواحد.
- 8- ونتيجة لكل ما سبق، فإن مستوى الدافعية لدى العاملين بالقسم، منخفض جداً.

9- ولأن المديرين الثلاثة السابقين لم يهتموا بتطوير الآخرين، أو بإعداد كوادر قيادية أو صف ثان، فإنه لا يوجد في هذا القسم من يمكن أن يكون مساعداً للمدير.

10- وأخيراً، فإن المديرين السابقين لم يهتموا بإجراء تقييم أو قياس للأداء العام للقسم، فلم يول أى منهم اهتماماً بمعرفة وتحديد ما الذى يجب أن يتم قياسه وتقييمه، ولا كيف يعمل هذا القسم.

ولقد أسفر التحليل السابق، والنتائج العشرة التى خرج بها عن أن إدارة المنظمة قررت عزل المدير الثالث، والبحث عن "قائد حقيقي"، شخص قادر على تحويل هذا القسم وتغييره، بحيث يصبح قسماً منتجاً فعالاً، يساهم فى نجاح المنظمة ككل، على أن يقوم بتلك المهمة فى مدة لا تتجاوز شهرين، لأن حالة القسم تتطلب التغيير السريع. فى ضوء المعلومات السابقة، كيف تستجيب للأسئلة والموضوعات التالية:

(1) طبيعة القيادة

أفترض أنك أحد أعضاء القيادة العليا لتلك المنظمة: فأى نوع من الأشخاص تريد أن تختاره ليكون مديراً جديداً لهذا القسم؟

أ - الصفات الشخصية التى يجب أن يتسم بها.....

ب- معارفه، ومهاراته، وخبراته.....

(2) القائد كوكيل للتغيير

ملاحظة: تعامل مع جميع الأسئلة التالية - بدءاً من هنا وحتى النهاية- وأجب عنها معتبراً نفسك المدير الجديد لهذا القسم. افترض أنه قد تم اختيارك لتكون أنت المدير الجديد لهذا القسم:

أ - ما مصادر القوة الأساسية التى سوف تعتمد عليها فى إجراء تغيير جوهري وفعال من هذا القسم؟

ب- ما المعوقات والصعوبات الرئيسية التى تعتقد أنها ستواجهك عند تغييرك لهذا القسم؟

ج- كيف ستتعامل مع تلك المعوقات والصعوبات؟ ما خطتك لمواجهتها والتغلب عليها؟

(3) إعداد ووضع رؤية التغيير

أ - ما الذى سوف تضمنه رؤيتك للوضع المأمول لهذا القسم؟

ب- ما الذى سوف تفعله لوضع وإعداد تلك الرؤية، أو كيف ستضعها؟

ج- كيف ستجعل كل فرد من أفراد الفريق يشعر ويدرك أنه صاحب تلك الرؤية، وبالتالي يدرك الفريق أن تلك الرؤية خاصة به أو ملكه؟

(4) إعداد الفريق

أ - ما الذي سوف تفعله لتحول هؤلاء العاملين في القسم من أفراد متفرقين ومختلفين، إلى فريق عمل واحد منتج ومتكاتف؟

ب- ما الذي سوف تفعله لخلق مشاعر ومناخ من الثقة بين كل أعضاء الفريق؟

(5) توضيح القيم

أ - ماذا ستفعل لكي تجعل القيم الأساسية للمنظمة، واضحة ومحددة بالنسبة للجميع في القسم؟

ب- ما الخطوات التي سوف تقوم بها، لتحول قيم المنظمة إلى ممارسات فعلية؟

(6) وضع الأمور في نصابها

أ - ما الذي سوف تضمنه إستراتيجيتك التي سوف تعتمد عليها في تحريك هذا القسم من وضعه الحالي، بحيث يتجه نحو العمل وفق الرؤية الجديدة؟

ب- كيف ستكون تلك الرؤية، وكيف ستطورها؟

(7) التواصل

أ - ما أنماط المعلومات الضرورية التي يحتاج العاملين في القسم إلى معرفتها والتزود بها؟

ب- كيف ستوصل تلك المعلومات إليهم؟

(8) التمكين

أ - كيف تقيس مستوى الدافعية لدى أفراد فريقك أو العاملين معك؟

ب- ما أنسب طرق زيادة الدافعية لدى هؤلاء العاملين؟

(9) المران

أ - ما الأسلوب الذي سوف تعتمد عليه لتتعرف أو تحدد، ما يفتقر إليه هؤلاء العاملون، وبالتالي تنميته لديهم، حتى يصبحوا أكثر نمواً وكفاءة؟

ب- كيف ستتعامل مع تلك الأشياء (القدرات- المهارات- الخبرات..الخ) التي سيتبين لك أن العاملين يفتقرون إليها، وأنهم في حاجة إلى تعلمها واكتسابها ليصبحوا أكثر كفاءة؟

(10) القياس

أ - ما العوامل الأساسية للنجاح في هذا القسم، أي العوامل التي يتوقف عليها نجاح هذا القسم من عدمه؟

ب- ما المعلومات والبيانات التي تحتاجها، لكي يمكنك قياس كل عامل من تلك العوامل المحددة لنجاح القسم؟

تدريب 3-11 (خطة لتطوير الذات)
كيف يطور المدير ذاته ليصبح قائدا فعالا

التعليمات

الإجابة عن الأسئلة التالية، سوف تساعدك على أن تصبح قائدا فعالا. فالمحصلة النهائية التي تخرج بها بعد إجابتك عن تلك الأسئلة، يمكنك استخدامها كخطة عمل لتطوير ذاتك، بحيث تصبح مديرا قائدا. من فضلك اقرأ كل سؤال باهتمام وتركيز، أجب عن السؤال في ضوء معلوماتك وآرائك الخاصة.

(1) طبيعة القيادة

في البداية أجب عن الأسئلة التي تشملها "بطارية قياس القيادة" (تدريب 1-11 السابق) وبعد إجابتك عنها، أجب أيضا عن السؤالين التاليين:

أ - ما أهم نقاط قوتك كقائد.

ب- ما المجالات التي ترى أنك تحتاج إلى أن تقوى نفسك أو تطور نفسك فيها؟

(2) القيادة كوكيل للتغيير

أ - ما مصادر القوة الأساسية الموجودة في المنظمة، والتي يمكنك الاعتماد عليها في إجراء التغيير بشكل ملائم وفعال؟

ب- ما الذي يمكن أن تفعله لكي تنشط أو تزيد أثر تلك القوة؟

(3) وضع الرؤية

أ - ما الرؤية التي أعدتها لكي يقوم القسم الذي تتولى إدارته، بالعمل وفقا لها في السنوات الثلاث القادمة؟

ب- ما الذي يجب أن تفعله لكي تحول تلك الرؤية إلى واقع فعلي؟

(4) تكوين الفريق

أ - ما أهم نقاط القوة، وأهم نقاط الضعف، لدى مجموعة العاملين معك، فيما يتعلق بكونهم "فريق" يعمل معا من أجل تحقيق أهداف مشتركة؟

ب- ما الذي يجب أن تفعله لكي يصبح هؤلاء العاملون معك، فريق أكفأ وأحسن مما هو عليه الآن؟

(5) توضيح القيم

- أ - ما منظومة القيم الأساسية للمنظمة، والتي تعتبر أنت جزءا منها؟
 - ب- ما الذى تفعله لكي تترجم تلك القيم وتحولها إلى ممارسات فعلية على أرض الواقع؟
- (6) وضع الأمور في نصابها

- أ - ما الملامح الأساسية لاستراتيجيتك التى وضعتها لتحرك من وضعك الحالى (وضع القسم الحالى) فى اتجاه تحقيق الرؤية؟
- ب- ما أهم الصعوبات والعراقيل التى تواجه التنفيذ الفعلى لتلك الاستراتيجية؟
- ج- ما خططك للتغلب على تلك الصعوبات والعراقيل؟

(7) التواصل

- أ - فى تقييمك لقدرتك ومهارتك على التواصل: يا ترى ما أهم جوانب القوة، وجوانب الضعف لديك فى هذا الشأن؟
- جوانب القوة: جوانب الضعف:
- ب- ما الذى يجب أن تفعله لكي تزيد من قدراتك ومهاراتك التواصلية؟

(8) التمكين

- أ - ما المحفزات التى يمكنك الاعتماد عليها، لزيادة دافعية كل فرد من العاملين معك؟
 - ب- ما الذى يجب أن تفعله لكي ترفع من دافعية هؤلاء الأفراد إلى أقصى درجة ممكنة؟
- (9) المران

- أ - ما الحاجات أو المتطلبات التنموية (الأشياء اللازمة لتحسين وتطوير إمكانات الفرد) لكل فرد من العاملين معك؟
- ب- ما الذى يجب أن تفعله مع كل واحد من هؤلاء العاملين، لمساعدته على تلبية تلك المتطلبات، أى على تحسين قدراته وذاته؟

(10) القياس

- أ - ما أهم عوامل أو أسباب نجاح مجموعة العمل التى تتولى إدارتها، خلال العام القادم؟ أى أهم ما يتوقف عليه نجاح المجموعة فى العام القادم؟
- ب- ما البيانات والمعلومات التى تحتاجها لكي تقيس كل عامل من هذه العوامل؟
- ج- كيف يمكنك الحصول على تلك البيانات والمعلومات التى تحتاجها، لتتمكن من إجراء هذا القياس أو التقدير؟ (Hilt, 1988).

الفصل الثالث

أساليب تنمية التفكير الابداعي

الفصل الثالث

أساليب تنمية التفكير الإبداعي

مقدمة

ينهض الفصل الحالي بمحاولة الإجابة عن تساؤل أساسي مؤداه : هل يمكن تنمية التفكير الإبداعي للأفراد وزيادة مهارتهم فيه؟ ورغم ما يبدو في هذا السؤال من بساطة ظاهرة فهو شديد الأهمية، حيث كان دافعاً لجهود مكثفة من قبل الباحثين والعلماء باختلاف تخصصاتهم وتعدد صور اهتمامهم بهذا الموضوع الحيوى، وطرق وأساليب تناوله. هذا من جانب، ومن جانب آخر، فإنه يؤكد أهمية هذا السؤال. أن الإجابة عنه في بعض المجتمعات تمثلت عملياً في صورة خطة قومية للتقدم العلمى والتكنولوجى والحضارى والإجتماعى معاً. كما تجسدت، في أحيان أخرى، في شكل مشروعات استثمارية ناجحة، وإنشاء مؤسسات خاصة ذات طابع علمى واقتصادى، وتنظيم البرامج واسعة النطاق، وعقد الدورات المختلفة للتدريب على التفكير الإبداعي وتنميته، والسعى بكل السبل للوصول إلى تنمية تفكير الفرد الإبداعي مهما كان عمله، وأيا كان موقعه في المجتمع (شاكر عبد الحميد، 1989). لذلك كانت أهمية تناول أساليب وطرق تنمية التفكير الإبداعي للأفراد وزيادة مهاراتهم المعرفية والشخصية في هذا الصدد. فانطلاقاً من مسلمة أن الإبداع حق للجميع، كان الاتجاه إلى التدريب على كيفية تنمية التفكير الإبداعي، ومعرفة الأسس التى تقوم عليها هذه العملية ومختلف أساليبها، وذلك بالشكل الذى سيتم تناوله على مدار هذا الفصل.

أولاً: الاعتبارات الأساسية الخاصة بتنمية التفكير لإبداعي

لقد اقترح البعض ضرورة أن نأخذ في الاعتبار عدداً من القضايا عندما نشرع لوضع استراتيجية لتنمية "الإبداع" والابتكار في منظمة ما. وقد كشفت نتائج البحوث والدراسات التى عُنت بتنمية التفكير الإبداعي عن مجموعة من الاعتبارات التى تحكم هذه العملية وأهمها ما يلى:

- 1- الإبداع هو عملية منظمة: بمعنى أن كل العوامل المتضمنة فيها (عوامل اجتماعية واقتصادية سياسية وتكنولوجية وثقافية وتجارية) تكون مترابطة وتؤثر في بعضها البعض.

- 2- الإبداع ليس خطيئاً أو دائماً الارتفاع والزيادة: بل قد يتعرض لعقبات توقفه أو تعرقله، أو حتى تدفعه إلى الخلف، ثم نبدأ الانطلاق من جديد.. وهكذا.
- 3- الإبداع هو حل جديد وملائم للمشكلات يتطلب الخيال والمرونة: ولذلك يجب أن يتعلم المديرون كيف يساعدون العاملين على ذلك، ويستخدمون فريق العمل كأسلوب لحل المشكلات.
- 4- الإبداع هو عملية موقفية: بمعنى أنها تعتمد على ظروف كل منظمة على حدة، وليس هناك أسلوب أو طريقة واحدة ثابتة لتنفيذه بنجاح في كل المنظمات، وفي كل المواقف. فنجاح عملية "جعل المنظمة إبداعية" يتوقف على عدد كبير من العوامل أهمها دعم وتأييد الإدارة العليا في المنظمة، والحساسية لاحتياجات ومتطلبات السوق، والتواصل الجيد، والخبرات التكنولوجية المتوفرة.
- 5- يتطلب الإبداع في المنظمة وجود هياكل تنظيمية ملائمة: فالتسلسل الوظيفي الهرمي الصارم يعتبر هيكلاً جامداً لا ييسر النجاح في إدخال الإبداع والتجديد في منظمة ما، والأكفاً منه هو أسلوب "فرق الإدارة".
- 6- إبداع أى منظمة قابل للتنمية والزيادة: وإن كان ذلك يتطلب مجهوداً كبيراً وتعلماً ضخماً.
- 7- يتطلب إبداع المنظمة اهتمام ومشاركة أطراف أخرى خارج المنظمة: فعلى سبيل المثال لابد أن يكون هناك دور لعملاء المنظمة في تلك العملية.
- 8- يتطلب إبداع المنظمة الحوار والتفاوض والمشاركة: ذلك لأنه بطبيعته ينطوى على خلاف وصراع وتباين في وجهات النظر. وبالتالي، يجب حل ذلك عن طريق التفاوض والمشاركة.
- 9- إبداع المنظمة والمعلومات مرتبطان دائماً وبقوة: فلا إبداع وابتكار بلا معلومات ملائمة متاحة للجميع.
- 10- يتضمن الإبداع في أى منظمة عوامل فردية شخصية، وأخرى عامة: كذلك، فإنه يؤثر في الأفراد العاملين في المنظمة - كأفراد - وأيضاً في المجتمعات.
- 11- إن قدرات التفكير الإبداعي ومهاراته قابلة لأن تنمى وأن تزيد بالتدريب، وتيسير التوظيف الفعال لها شأنها في ذلك شأن كافة المهارات والقدرات الأخرى كالمهارات الحركية مثلاً.
- 12- إن استخدام المنهج العلمى وأساليب الضبط التجريبي الجيدة هو السبيل إلى تحقيق الهدف من برامج تنمية قدرات التفكير الإبداعي ومهاراته، سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات.

- 13- إن افتراض تنمية قدرات التفكير الإبداعي ومهاراته لا يعنى أن عوامل الوراثة ليس لها دور في هذا الجانب. فهي ترسم الحدود التي يقف عندها نمو هذه القدرات والمهارات في الأفراد. لذلك يجب الوصول بقدرات الأفراد ومهاراتهم إلى أقصى حد ممكن.
- 14- تركز معظم الأساليب والطرق المستخدمة لتنمية التفكير الإبداعي وزيادة مهاراته على طرق توليد الأفكار في ظل ظروف تسمح بتدفق هذه الأفكار بحرية، وتيسير معرفة واستخدام الخطوات والحيل المختصرة لعملية التنقيب عن الأفكار في المعلومات المخزونة في الذاكرة.
- 15- إن الأساليب والطرق التي تستخدم لا تكفي وحدها لتنمية قدرات التفكير الإبداعي، وإن التدريب على المهارات فحسب لا يضمن تحقيق العائد المنتظر من عملية التدريب، بل لا بد من توفير قدر كاف من المعلومات الخاصة بعملية الإبداع ودورها في حل المشكلات، بما يؤدي إلى استيعاب الفرد وفهمه لطبيعة العمليات الخاصة بالتفكير الإبداعي، وذلك بالتكامل مع التدريب على المهارات المختلفة بالوسائل والطرق الملائمة (شاكر عبد الحميد، 1989؛ زين العابدين درويش، 1983؛ أيمن عامر، 2005؛ صفاء الأعسر، 2000؛ ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري وشكاوى المواطنين، 1994 "أ"؛ 1994 "ب")
- 16- إن تحقيق الهدف من برامج تنمية التفكير الإبداعي ومهاراته يتطلب وجود دافع مناسب لدى الأفراد الذين يشاركون في هذه البرامج ورغبة قوية تحفزهم على المشاركة الفعالة.

ثانيا: أساليب تنمية التفكير الإبداعي

مقدمة

يجد المتابع للتراث العلمي والبحثي الذي عُنَى بأساليب تنمية التفكير الإبداعي أن هناك العديد من هذه الأساليب والطرق التي يمكن استخدامها، والتي تتنوع في ماهيتها وطبيعتها، وفي القدرات والمهارات التي تركز عليها، والوقت الذي يلزم لها، ومدى كفاءتها، وجدواها.. الخ (انظر: زين العابدين درويش، 1983؛ أيمن عامر، 2003؛ ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري وشكاوى المواطنين، 1994 "أ"؛ 1994 "ب"؛ عبد الرحمن توفيق، 2004 "أ"؛ 2004 "ب").

(1) العصف الذهني Brain storming

يعتبر أسلوب العصف الذهني^(*) من أكثر الأساليب شيوعاً في حل المشكلات بطريقة إبداعية، ويسهم بشكل مباشر في تنمية الإبداع لدى المشاركين فيه. فهدفه النهائي هو الوصول إلى حلول إبداعية للمشكلة المطروحة بغض النظر عن من قام بحلها أو من قدم الفكرة الأصلية الصائبة، ذلك أن المحصلة النهائية تكون منسوبة بتفصيلاتها إلى كل أفراد المجموعة الذين شاركوا بالفعل في الحل الإبداعي للمشكلة.

ويقوم العصف الذهني على مبدئين أساسيين، وأربع قواعد يتم العمل في ضوءها، ومجموعة من الإجراءات والخطوات التي عرضها زين العابدين درويش (1983) تفصيلاً كما يلي:

(أ) المبدأن الرئيسيان للعصف الذهني

أوضح أوزبورن Osborne ومن بعده بارنز Parnes إلى أن هناك مبدئين أساسيين يتعين مراعاتهما في أسلوب العصف الذهني حتى يؤتي ثماره، ويساعد في الوصول إلى الحلول الجديدة والأصيلة (الإبداعية)، وهما تأجيل الحكم على قيمة الأفكار المطروحة، وأن الكم يولد الكيف. وفيما يلي نعرض لتفصيل ذلك :

المبدأ الأول: تأجيل الحكم على قيمة الأفكار المطروحة:

لقد أكد كل من أوزبورن وبارنز أهمية تأجيل الحكم على الأفكار المنبثقة من أعضاء جلسة العصف الذهني، وذلك في صالح تلقائية الأفكار. فإحساس الفرد بأن أفكاره ستكون موضعاً للنقد منذ ظهورها يكون عاملاً كافياً عن إصدار أية أفكار أخرى. كما يساعد تأجيل الحكم أيضاً على وضوح خصائص الفكرة المطروحة من خلال الحوار غير الناقد الذي يبنى على الفكرة أو على جزء منها، أو الذي يهملها إن لم تكن لها قيمة بارزة، وهذا ما يساعد على كثرة الأفكار المطروحة وتنوعها. وبالتالي يمكن أن تنجح أفكار أو حلول تبدو لصاحبها أنها لا قيمة لها، ولكنها في الواقع تكون جيدة، وبخاصة إذا استخدمها أشخاص آخرون كمفتاح لفكرة أخرى، أو حل آخر للمشكلة بحيث يبدو أكثر عمقاً وخصوبة.

إن الفكرة الجديدة هي وليدة بحق، أي ينطبق عليها كل ما في المولود الجديد من خصائص. فهي تكون ضعيفة، وغير متماسكة، وشواهدا أيضاً ضعيفة. لهذا

(*) ترجم الباحثون العرب مصطلح Brain storming ترجمات عديدة شملت القصف الذهني والعصف الذهني، والمفاكرة، وإمطار الدماغ، وتدفق الأفكار، وتوليد الأفكار، وابتكار الأفكار، وغير ذلك. وسوف نستخدم مفهوم العصف الذهني كترجمة للمصطلح.

فمن السهل أن نتصور أن تؤدي المواجهة العنيفة الناقدة لها في البداية إلى احتضارها قبل أن تشب.

ولدعم هذا المبدأ قام بارنز بدراسة طلب فيها من الدارسين أن يفكروا في حلول ممكنة لمشكلات معينة على أن يبدأوا إما بالتقويم وإما بتأجيل الحكم على الأفكار. وقد تبين من نتائج هذه الدراسة أنه في الحالة الأولى أنتج الدارسون متوسطاً قدره (2.5) من الأفكار الجيدة الأصلية. أما في الحالة الثانية (تأجيل الحكم)، فقد كان المتوسط (3.4) من الأفكار الجيدة والأصيلة.

المبدأ الثاني: الكم يولد الكيف

يهتم الباحثون في هذا المجال بكم الأفكار المطروحة في جلسات العصف الذهني، إيماناً منهم بأن هذا الكم يؤدي إلى تنوع الأفكار، وبالتالي إلى جدتها وأصالتها، وهو الأمر الذي يتيح للمشاركين في هذه الجلسات أفقاً أوسع، وبيئة خصبة لتوليد الأفكار الجديدة الأصيلة، مما يؤدي في النهاية إلى إنتاج أفكار ذات نوعية أكفأ وأدق وأكثر تبلوراً، وهذا لا يمكن التوصل إليه من خلال الأفكار المحدودة.

وهنا يبرز دور تعدد الأفكار المطروحة (الطلاقة)، التي تؤدي دوراً مهماً في معظم صور التفكير الإنساني، وبخاصة التفكير الإبداعي. ومن ذلك أن طلاقة الأشكال البصرية تتصل بالإبداع في الفنون التشكيلية، وأن طلاقة الأشكال السمعية بالإبداع في مجال الموسيقى، بينما تتصل طلاقة الرموز في جانبها اللغوي تتصل بالإبداع في مجال الشعر والقصة ودراسة الثروة اللغوية عامة، وفي جانبها الرياضي بالإبداع في الرياضيات. أما طلاقة المعاني والأفكار، فلها علاقة وثيقة بالإبداع العلمي والأدبي. كما أن للطلاقة علاقة وثيقة ببعض المهن والأعمال منها البيع، والإعلان والدعاية، والخطابة، والتدريس، والوظائف الإرشادية والإدارية.

(ب) القواعد الرئيسية للعصف الذهني

اقترح بارنز وزملاؤه أربع قواعد رئيسية مترتبة على المبدأين السابقين اللذين يجب اتباعهما في أثناء جلسة العصف الذهني، وذلك لضمان تدفق الأفكار الأصيلة لحل المشكلة المطروحة. وهذه القواعد هي: ضرورة تجنب النقد (استبعاد أي نوع من الحكم أو النقد أو التقويم)، وإطلاق حرية التفكير، والترحيب بكل الأفكار مهما يكن نوعها، وكم الأفكار المطلوب، والبناء على أفكار الآخرين وتطويرها.

القاعدة الأولى: ضرورة تجنب النقد (استبعاد أي نوع من الحكم أو النقد أو التقويم)

يؤكد كل من أوزبورن وبارنز أنه لابد من تجنب أى صورة من صور الحكم أو النقد أو التقويم للأفكار التى تطرح أثناء جلسات العصف الذهنى، ومسئولية تطبيق هذه القاعدة تقع على عاتق رئيس الجلسة الذى يقوم بدوره بتنبيه أى عضو يخالف هذه القواعد. وتتمثل هذه المخالفة فى انتقاد أى شخص آخر، أو محاولة تقييمه. وأحيانا تأتى هذه المخالفة من صاحب الفكرة نفسه إذا حاول أن ينتقد فكرته بصورة ما بعد أن عبر عنها، أو حاول أن يعتذر عنها، أو حتى يطلب حذفها من بين الأفكار، أو الحلول المقترحة التى يتم تسجيلها أثناء الجلسة.

القاعدة الثانية: إطلاق حرية التفكير والترحيب بكل الأفكار

كل الأفكار مرحب بها مهما يكن نوعها أو مستواها ما دامت متصلة بالمشكلة موضوع الاهتمام : يقول أوزبورن إن هذه القاعدة ترسخ فكرة أنه كلما كانت الفكرة بكرةً أو ساذجة كانت أفضل، لأنه من السهل أن نصقل فكرة وجدت عن أن نوجدها من عدم. والغرض من هذه القاعدة هو مساعدة الفرد أو الجماعة على أن يكون أكثر استرخاء وأقل تحفظاً، وبالتالي أعلى كفاءة فى توظيف قدراته على التخيل وتوليد الأفكار فى ظل ظروف التخفف الكامل من ضغوط النقد والتقييم (زين العابدين درويش، 1983).

القاعدة الثالثة: كم الأفكار مطلوب

وهذه القاعدة تأكيد للمبدأ الثانى فى أسلوب العصف الذهنى، وتعنى أنه كلما زاد عدد الأفكار المقترحة من أعضاء الجماعة، زاد احتمال بلوغ قدر أكبر من الأفكار الأصيلة أو الجيدة، أو المعينة على الحل الإبداعى للمشكلة. وفى هذه الصدد يرى الباحثون فى كثير من المناسبات العملية أن "الطلاقة هى بنك الإبداع".

القاعدة الرابعة: البناء على أفكار الآخرين وتطويرها

والمقصود بهذه القاعدة إثارة حماس المشاركين وشحن دافعيتهم فى جلسات العصف الذهنى لكى يضيفوا لأفكار الآخرين، وأن يقدموا ما يمثل تحسناً أو تطويراً أو بلورة لها، بحيث تشكل مع غيرها من الأفكار التى سبق طرحها فى الجلسة إطارات جديدة (حلولاً جديدة)، أو غير ذلك من صور الإضافة والتطوير (تطوير الأفكار).

وعموماً يمكن القول بأن الهدف الأساسى من القواعد السابقة هو إزالة الخشية والخجل من نفوس المشاركين فى جلسات العصف الذهنى، والقضاء على الحساسية من النقد أو التقييم. كما أن الشخص حينما يستخدم أفكار غيره، وهو أمر سيتم بمشروعية، فإنه سوف يتحرر من خشية اتهامه بالسطو على أفكار الآخرين.

(ج) إجراءات العصف الذهني

تتمثل أهم إجراءات العصف الذهني في تكوين المجموعة التي ستشارك في هذه العملية، وتحديد دور قائدها، ودور سكرتير المجموعة، وتحديد المشكلة التي ستتم مناقشتها، ومستوى خبرة المجموعة بالمشكلة المطلوب حلها... الخ من إجراءات سوف نعرض لأهمها على النحو التالي :

1- جماعة العصف الذهني

تتكون مجموعة العصف الذهني عادة من 6 - 12 فرداً، بالإضافة إلى مدير الجلسة. فيجب أن تتضمن المجموعة ستة أفراد على الأقل حتى يمكن توليد الأفكار وإثارتها، مع مراعاة عدم زيادة العدد عن 12 فرداً حتى لا يصعب استيعاب العدد الكبير من الأفكار الذي يطرح، وكذلك حتى يتم تجنب ميل بعض الأفراد إلى التأثير على أفكار الآخرين. ويمكن تشكيل المجموعة من مجالات دراسة أو عمل أو خلفيات ثقافية متشابهة أو مختلفة وفقاً للهدف المطلوب تحقيقه من جلسة العصف الذهني (جيمس هيجنز، 2004، ص 160).

2- تحديد المشكلة المراد حلها

أحد الإجراءات الأساسية للعصف الذهني هو تحديد المشكلة التي ستتم مناقشتها قبل بدء الجلسة ومدى أهميتها لأعضاء الجماعة، ومدى خبرتهم بموضوع هذه المشكلة، وإلى أي مدى تتقارب خبراتهم في هذا الشأن، ومدى رغبتهم أو دافعيتهم للمشاركة في الجلسة.

3- قائد المجموعة ودوره في إدارة الجلسة

يتم عادة اختيار قائد للمجموعة قبل بدء جلسة العصف الذهني، وأحياناً يختار كذلك نائب للرئيس يساعده في إدارة الجلسة. ويتمثل الدور الرئيسي لقائد المجموعة في إدارة الجلسة، وتنظيم إجراءاتها التي تتمثل في الآتي :

- إبلاغ أعضاء المجموعة بأنهم سيقومون بمناقشة موضوع محدد أو مشكلة معينة أثناء الجلسة، ومطلوب الالتزام بعدم الخروج عنه.
- تحديد أهداف الجلسة والأسئلة وكافة الحقائق التي ستوضع أمام الأعضاء.
- إبلاغ المجموعة مرة أخرى بالنقاط السابقة في بداية الجلسة.
- كتابة المشكلة الرئيسية على السبورة البيضاء، أو أي لوحة أخرى أمام المجموعة، بحيث يمكنهم رؤيتها بصورة مناسبة.
- طلب بدء المجموعة في إبداء الحلول المقترحة للمشكلة، على أن يقوم سكرتير الجلسة بتسجيل جميع الأفكار التي تطرح.

- بمجرد بدء جلسة العصف الذهني يقوم القائد بتشجيع أفراد المجموعة على إبداء أفكارهم ومقترحاتهم بتلقائية ودون تحفظ، كما يحافظ على عدم الخروج عن الموضوع الرئيسي للجلسة أو المشكلة التي يقومون بمناقشة الحلول المقترحة لها، والعمل في إطار القواعد الأربع الأساسية للعصف الذهني.
- يحدد مدة الجلسة التي تتراوح عادة ما بين 20 - 40 دقيقة.
- يقود جلسة التقييم التي يتم فيها تصنيف الأفكار التي قدمها الأفراد المشاركون، وترتيبها وإعطاء كل منها درجة وفقاً لكفاءتها أو أولوياتها.

4- سكرتير الجلسة

لابد من تحديد سكرتير لجلسة العصف الذهني قبل بدء الجلسة، يتحدد دوره في تسجيل كل الأفكار أو الاقتراحات في مكان ظاهر للجميع.

(2) صور أخرى من العصف الذهني

عرضنا فيما سبق للإطار الأساسي لأسلوب العصف الذهني بمبادئه وقواعده الأساسية وإجراءات تنفيذه. ويأخذ هذا الأسلوب صوراً عديدة غير الصورة التقليدية السابقة، منها على سبيل المثال لا الحصر التسجيل الذهني BrainWriting، والتسجيل الذهني 3 - 6 - 5. وفيما يلي نعرض باختصار لكل أسلوب من هذين الأسلوبين (جيمس هيجنز، 2004):

(أ) التسجيل الذهني

التسجيل الذهني هو أحد أشكال العصف الذهني غير اللفظي، حيث تطبق كافة مبادئ وقواعد العصف الذهني الأساسي. وتتمثل خطواته فيما يلي:

- 1- يتم تحديد المشكلة المطلوب حلها.
- 2- يجتمع المشاركون في شكل دائرة، ويقوم كل منهم بتسجيل أفكاره المقترحة لحل المشكلة على ورقة خاصة بذلك.
- 3- بعد فترة محددة يقرأها قائد المجموعة، يقوم كل فرد بتسليم ورقته التي سجل فيها أفكاره إلى زميله الجالس إلى جواره.
- 4- يبدأ كل فرد في إضافة أفكاره إلى الورقة التي تسلمها آخذاً في اعتباره الأفكار التي سجلها زميله، مع مراعاة عدم التكرار.
- 5- تنتقل الأوراق بعد ذلك في الدائرة، ويتم تكرار الخطوتين السابقتين (الثالثة والرابعة) مرتين آخرين، بحيث تستمر عملية تناقل الأوراق بين أفراد

المجموعة ثلاث مرات. ويمكن أن تتكرر عملية تبادل الأوراق مرة رابعة إذا تطلب الأمر ذلك.

6- يقوم قائد المجموعة بقراءة الأفكار التي تم تسجيلها بصوت مرتفع، ويقوم بكتابتها أمام المجموعة، ثم تتم مناقشتها وتقييمها.

ويتميز هذا الأسلوب للعصف الذهني، بوجه عام، بحرية الأعضاء في التعبير عن أنفسهم، وعدم قدرة القائد على التأثير في أفكارهم، بينما يُعاب عليه عدم التلقائية في التعبير عن الأفكار.

(ب) التسجيل الذهني 5-3-6

وهو صورة أخرى من الأسلوب السابق، وإن كان أكثر تحديدا وإجرائية، حيث تتحدد خطواته على النحو التالي:

- 1- يتم تحديد المشكلة المطلوب حلها.
- 2- تجتمع مجموعة من ستة أفراد في شكل دائرة، حيث يقوم كل منهم بتسجيل ثلاث أفكار في ثلاثة أعمدة من الورقة المخصصة لذلك في مدة خمس دقائق.
- 3- يقوم كل فرد بعد تسجيل أفكاره بتسليم ورقته إلى من يجلس بجواره.
- 4- يقوم من قام بتسلم الورقة بإضافة أفكاره أسفل الأفكار المكتوبة.
- 5- تتكرر هذه العملية ست مرات حتى تكتمل الدائرة بحيث يشارك كل فرد بآرائه وأفكاره. ومن الناحية النظرية يمكن بعد ثلاثين دقيقة الحصول على 108 فكرة، وفي الواقع العملي يمكن السماح بتكرار الأفكار، بحيث يمكن أن يظهر ستون فكرة جيدة أخرى.

6- تتم مناقشة وتقييم النتائج التي تم الوصول إليها (جيمس هيجنز، 2004)

تعقيب على استراتيجيات العصف الذهني

يساعد أسلوب العصف الذهني على توليد عدد كبير من الأفكار أكثر مما ينتج عن المجموعات التقليدية لحل المشكلات. فنجد أن التلقائية وعدم تقييم الأفكار وغياب النقد من السمات الإيجابية التي تشجع ليس فقط على زيادة عدد الأفكار المطروحة، بل تشجع أيضا على زيادة مستوى أصالة الأفكار وجودتها. وكذلك يساعد العصف الذهني في حل العديد من المشكلات في مجالات العمل المختلفة مثل السياسات والاستراتيجيات والتخطيط والتنظيم والتسويق والمنتجات والقيادة والاختيار المهني والتوظيف والتحفيز والرقابة والاتصالات. وكذلك مجالات الدراسة والبحث العلمي، ونحن بصدد مناقشة المشكلات العلمية الجديدة بالدراسة،

وصعوبات البحث العلمى وآلياته...الخ من مجالات خصبة يمكن أن يوظف العصف الذهنى فى محاولة الوصول إلى حلول لمشكلاتها.

ومع ذلك يُعاب على العصف الذهنى بعض المآخذ التى تتمثل فى الآتى:

- أ - لا يوجد دافع واضح لأعضاء مجموعة العصف الذهنى إلا مجرد الاستفادة من مشاركتهم فى عملية توليد الأفكار بوصفها خبرة جديدة بالنسبة لهم.
- ب- لا يفيد هذا الأسلوب فى مواقف حل المشكلات التى تتطلب المحاولة (التجربة) والخطأ، نظراً لوجود مرحلة لتقييم الأفكار التى يتم الوصول إليها.
- ج- ربما لا يرى المشاركون فى جلسة العصف الذهنى الحل النهائى المطبق، وبالتالي لا يتحمسون للمشاركة فى الجلسات التالية (جيمس هيجنز، 2004، ص 162-163).

(3) أسلوب التأليف بين الأشتات

وهو أسلوب آخر، يندرج فى فئة الأساليب العملية، له نفس الحظ من الشيوع تقريبا، ويمثل مركز الثقل فيه استخدام أشكال الاستعارة والمجاز والتمثيل Analogy بصورة منظمة للوصول إلى الحلول المبتكرة للمشكلات المختلفة. وفيما يرى جوردون منشئ هذا الأسلوب، فإن أى مشكلة تبدو لنا غريبة أو غير مألوفة، يمكن فهمها وحلها حلا مبتكرا إذا فكرنا فيها بأساليب الاستعارة والتمثيل هذه. ومن ناحية أخرى، هناك مشكلات تكمن صعوبتها فى ألفتنا الشديدة بها واستغراقنا فيها أكثر مما يجب، بحيث تكون " كالشجرة التى تحجب عنا الغابة التى وراءها". وفى ظروف كهذه، يكون استخدام أساليب الاستعارة والتمثيل مفيدا أيضا، بل وضرورياً، فى كونه يتيح فرص إيجاد مسافة كافية بين الشخص والمشكلة، بالقدر الذى يمكنه من الرؤية الجيدة لها، والاتجاه نحو حلها حلا مبدعا (أيمن عامر، 2003؛ 2005).

ويقوم هذا الأسلوب على ثلاث مسلمات أساسية هى:

- أ - أن العملية الإبداعية قابلة للوصف والتحليل، مما يؤدى إلى إمكان تنشيطها وزيادة فعاليتها لدى الأفراد والجماعات على السواء.
- ب- أن كل ظواهر الإبداع فى العلم أو الفن أو غيرها من الصور الحضارية للنشاط المبدع متشابهة، وتقوم على نفس العمليات النفسية الأساسية.
- ج- أن الحيل المختلفة لحل المشكلات، وأهما التمثيل المباشر Direct Analogy لها نفس العائد، سواء بالنسبة للنشاط الإبداعى الفردى، أو النشاط الجماعى.

وفيما يرى جوردون، فإن أسلوب التأليف بين الأشتات هذا، يمثل من الناحية العملية نظرية واضحة المعالم، ولها فروضها الخاصة التى أمكن إخضاعها للتجريب والبحث، وتأكدت صحتها بما كشفت عنه من نتائج مشجعة، وأهم هذه الفروض ما يأتي :

1- أن الكفاءة الإبداعية للأفراد يمكن أن تزيد بصورة ملموسة، إذا تيسر لهم فهم العمليات النفسية التى يتحقق فى ظلها نشاطهم المبدع.

2- فيما يتصل بالمكونات المختلفة فى العملية الإبداعية، فإن ما هو وجدانى أكثر أهمية مما هو عقلى أو يتسق مع المنطق.

3- أن العناصر المختلفة فى هذا الجانب الوجدانى من العملية الإبداعية، يمكن فهمها "بمعنى ملاحظتها ووصفها وتحليلها". ولابد من فهمها "بهذا المعنى" لى نزيد من احتمالات نجاحنا فى التوصل إلى الحلول الخلاقة للمشكلات التى تواجهنا.

ومع ذلك، فإن هذا الأسلوب يقوم على أساس أن العملية الإبداعية هى أصلا نشاط عقلى يمارسه الفرد فى موقف تحديد وفهم المشكلة أول الأمر، ثم فى موقف حل هذه المشكلة بعد ذلك، ولهذا يشار إلى أن عملية "التأليف بين الأشتات"، سواء فى موقف تحديد المشكلة، أو فى موقف البحث عن حل لها، تتضمن نوعين رئيسيين من النشاط :

النشاط الأول : جعل ما هو غريب مألوف : وذلك عن طريق ثلاث عمليات عقلية أساسية، هى: التحليل، والتعميم، والتمثيل (أو المشابهة)، والتى تأخذ غالبا صورة بحث عن نموذج أو تصور عقلى يضم فى إطاره هذا الشئ الغريب، بحيث يوضح طبيعته، ويعين على تحليل عناصره.

النشاط الثانى، جعل ما هو مألوف غريبا : وليس المقصود بهذا النشاط مجرد السعى إلى الغرابة والشذوذ، وإنما هو محاولة واعية من جانب الفرد تتيح له رؤية جديدة للعالم، والناس، والأفكار، والمشاعر، والأشياء.. الخ. وتتضمن مثل هذه المحاولة العديد من الطرق للوصول إلى هذه الرؤية الجديدة للجوانب المختلفة فى العالم المألوف لنا. بمعنى آخر، أن هذه المحاولة يمكن أن تقلب طرقنا المعتادة فى إدراك هذا العالم، وفى التوقعات التى درجنا عليها بالنسبة لسلوكنا وسلوك الآخرين، وحتى فى تفسيرنا لما يمكن أن يقع فى هذا العالم من أحداث.

هذا النشاط الأخير وهو جعل المألوف غريبا يعتبر جوهر عملية تنمية الإبداع فى أسلوب التأليف بين الأشتات، وهو نشاط تتحقق فعاليته بتوفر مجموعتين من العوامل (أيهن عامر، 2003؛ 2005):

المجموعة الأولى من العوامل (هى الحالات النفسية) والتي تقوم بدور مهم في العملية الإبداعية أساسا، وأهمها ما يلى :

- 1- تذبذب المبدع في اندماجه في المشكلة التى يفكر فيها، ويأخذ شكل الاتصال الوثيق بالمسكلة والاستغراق فيها، والبعد المؤقت عنها.
- 2- تأجيل الإشباع أو مقاومة الرضا المتعجل بالحل الذى تم بلوغه.
- 3- إتاحة الفرصة أمام العقل لى يلعب بالأفكار أو الصور أو الأخيلة المتصلة بالحل المقترح للمسكلة.
- 4- شعور المبدع بالاستقلال الذاقى للفكرة التى خرجت عنه.
- 5- الإحساس بالرضا والبهجة والمتعة عند إدراكه بأنه قد بلغ الحل أو على وشك الوصول إليه (أيمن عامر، 2003؛ 2005).

المجموعة الثانية من العوامل ويطلق عليها الأساليب العملية أو الإجرائية وتقوم بدور المثير أو المحفز للحالات النفسية السابقة، كما تشجع على الانطلاق الحر للأفكار، وتعين على التقليل من صور التصلب والجمود الذهني في مواقف حل المشكلات بهذا الأسلوب (عبد الرحمن توفيق، 2004 "أ"؛ 2004 "ب"، ديوان متابعة أعمال الجهاز الإدارى وشكاوى المواطنين 1994 "أ"؛ 1994 "ب"؛ جيمس هيجنز، 2004؛ Manktelow، 2005).

(4) أسلوب النزهة العقلية Excursion technique

يستخدم هذا الأسلوب عندما لا تصل المجموعة إلى حل للمسكلة المطروحة، على الرغم من استخدامها للعديد من الأساليب الإجرائية الإبداعية السابقة أو غيرها. وهناك أربع خطوات أساسية لهذا الأسلوب هى النزهة ذاتها، ورسم المتناظرات بين المشكلة وأحداث النزهة، وتحليل هذه المتناظرات، وأخيرا تبادل الخبرات مع المجموعة، وذلك على النحو التالى:

- أ - النزهة : يطلب القائد من كل فرد من أفراد المجموعة التى تشارك أن يغمض عينيه، ويتخيل القيام بنزهة إلى مكان ما ليس له علاقة بالمسكلة، موضوع الاهتمام، مثل متحف ما، أو إحدى المدن، أو الفضاء. عادة لا تستغرق هذه الرحلة أكثر من خمس أو عشر دقائق، وبعدها يبدأ كل فرد في تسجيل ما رآه في رحلته.
- ب- رسم المتناظرات : بعد انتهاء المدة المخصصة للنزهة، يخصص القائد لكل فرد ما يقرب من خمس عشرة دقيقة لرسم المتناظرات بين ما رآه أثناء النزهة

والمشكلة المطروحة. ويمكن لكل فرد التعبير عن العلاقات بين الصور المرئية والمشكلة بأية طريقة يفضلها.

ج- التقييم واستيعاب النتائج : يطلب القائد من كل فرد تحديد المعاني الحقيقية للعلاقات التي ظهرت في الخطوة الثانية بالنسبة للمشكلة، بمعنى كيفية استخدام هذه العلاقات بعد فهمهما في حل المشكلة. إن هذه الخطوة هي التي تمثل تحدياً فعلياً لقدرات المشاركين، حيث تتطلب القدرة على التفكير الإبداعي والرؤية المستقبلية.

د- تبادل الخبرات : يقوم المشاركون بتبادل نزاهاتهم والمتناظرات والحلول التي توصلوا إليها مع بعضهم البعض، وعن طريق العصف الذهني بعد ذلك يمكن الوصول إلى أفكار جديدة.

ويفيد هذا الأسلوب بصفة خاصة في حل المشكلات المعقدة التي تتطلب حلولاً متميزة غير مألوفة مثل تخطيط الحملات الإعلانية، أو إدخال خصائص متنوعة على أحد المنتجات في أحد الأسواق الحالية... الخ.

ويجب على القائد أن يشجع المشاركين على المشاركة وتبادل خبراتهم بشكل فعال. فعندما ينتهي المشاركون من تطبيق الأسلوب بنجاح، سيحصلون بالتأكيد على مجموعة من الأفكار الجديدة غير المتوقعة.

(5) "ماذا لو؟"

السؤال : لدينا الميزانية، ولدينا السوق لفتح فرع جديد في مدينة أخرى:

1- توليد البدائل

- أبدأ بالتنفيذ.
- لا نبدأ بالتنفيذ.
- أجل القرار.
- ادرس الموقف أكثر.
- انقل جزءاً فقط من الفرع.

2- ومن هذه البدائل اطرح الأسئلة بادئا "ماذا لو" :

- يتغير السوق.
- لم يتغير السوق.
- زادت أسعار الفائدة.
- رفض الموظفون الانتقال.

- تغير اقتصاد المدينة التي سننتقل إليها.
- 3- من تلك الأسئلة ركز على الافتراضات المقدمة مثل:
 - هل هناك تكاليف خفية لم ندرسها؟
 - هل اعتمادنا كله على اقتصاد مستقر؟
 - هل انتبهنا إلى ميول العاملين حيال الانتقال؟

التمرين :

1- اكتب السؤال أو المشكلة.

.....
.....

2- اكتب البدائل المقترحة.

.....
.....

(ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري، 1994 "أ"؛ 1994 "ب")

3- اكتب الأسئلة بادئاً "بماذا لو؟".

.....
.....

4- ركز على الافتراضات المقدمة عبر التساؤلات الأساسية.

.....
.....

(6) إعادة طرح المشكلة

قد تكون المعضلة في المشاكل أحياناً في أننا نحاول حل المشكلة الخطأ. فالحل يجب أن يبدأ بتحديد وتعريف المشكلة لأن:

1- تحديد المشكلة مصدر القوة في الحل.

- 2- تحديد المشكلة يوصلك إلى الحل مباشرة
- 3- تحديد المشكلة يفرض عليك عادة النظر في المشكلة، مما يجنبك الوقوع في خطأ عدم النظر في الأسباب الظاهرة، أو خطأ الوقوع في نمط الحل الخاطئ، والغوص فيه بلا إدراك منك.

طرحك للمشكلة

.....
.....

طرح المشكلة بشكل عام

مثال على المشكلة : كيف تطور علبة الصودا المصنوعة من الألومنيوم؟
إعادة طرح المشكلة: كيف نصمم نظام تعبئة للصودا يكون عملياً؟
والآن اطرح مشكلتك بشكل عام:

.....
.....

(ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري، 1994 "أ"؛ 1994 "ب")

حدود الأسئلة والافتراضات

- مثال : كيف تزيد من سرعة لاعب البيسبول للوصول إلى القاعدة الأولى؟
إعادة الطرح عبر الأسئلة والافتراضات :
لماذا العجلة والسرعة؟
- ربما مشكلة وزن المعدات الرياضية المستخدمة؟
 - ربما رد فعل اللاعب السريع قد تحل المشكلة.
 - ولماذا لاعب البيسبول فقط؟ ألا يعاني من المشكلة لاعب الهوكي أو كرة السلة؟
 - لماذا ركزت على الوصول إلى القاعدة الأولى فقط؟ أليس هناك مشاكل في النواحي الأخرى من اللعبة؟

أسئلة وافتراضات لمشكلتك

ج- إعادة طرح مكونات المشكلة

مثال : كيف نتخلص من تأخر عمال المصنع عن الدوام؟

مكونات المشكلة هي :

- كيف نحفز العاملين ليصلوا في وقت الدوام؟
- كيف يمكن مساعدتهم في الوصول وقت الدوام؟
- كيف نعبر للعاملين عن أهمية الالتزام بالدوام؟
- * إعادة طرح مكونات مشكلتك

.....
.....
.....

د- سل " ما المشكلة الحقيقية؟"

مثال : كيف نعيد تصميم نظام جديد لجمع التبرعات لجامعة؟

- أعد طرح المشكلة الحقيقية.
- كيف نقنع الخريجين بأن الجامعة في حاجة للمال؟
- كيف نكسب الأموال للجامعة؟
- كيف نتخلص من لجنة التبرعات الحالية؟
- أعد طرح مشكلتك الحقيقية

.....
.....
.....

هـ- لعبة التمني "افترض العالم المثالي"

مثال : كيف نخفض تكاليف الرعاية الصحية دون تخفيض هذه الرعاية؟

والتمنى يكون :

- ليت الرعاية الصحية لا تكلف كثيراً.
- ليتنا نقرر إدارة النظام دون تكلفة وظيفية.
- ليت العاملون يتمتعون بصحة أفضل.
- ليت تكاليف التأمين الصحي لا تكون عالية.

ماذا تتمنى؟

.....
.....

(ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري، 1994 "أ"؛ 1994 "ب")

(7) التخيل المؤطر

إن التخيل المؤطر وسيلة للتوصل إلى درجة كبيرة من المعرفة والحقائق والأفكار والخبرات والصور الخيالية المخزنة في الدماغ. ومن الصعب أحياناً التوصل إلى هذه المعرفة عبر الجهود المقصودة. فعملية التخيل تؤدي إلى الاسترخاء، مما يجعل المعلومات المخزونة في منطقة اللاشعور تطفو إلى منطقة الشعور في العقل.

والخطوات التالية تساعد على التخيل، وكل فكرة يمكن الاستفادة منها، وهذه العملية لا تحتل الخطأ والصواب:

- أ - اختر شيئاً تود تخيله. وقد يكون ذلك عملاً، أو إجراءً، أو موقفاً، أو عملية، أو مشكلة تحتاج لحل. والأسئلة المقترحة لإثارة الأفكار والصور الخيالية قد تكون:
 - ماذا تريد أن ترى على ساحة الواقع؟
 - هل هناك أشياء أخرى تطرأ على بالك؟
 - هل يمكنك وصف الشيء بحالته المثالية؟
 - أى شيء أو موقف تراه أفضل مما لديك؟
- ب- أغمض عينيك، واسترخ، واستخدم أى أسلوب يجعلك بحالة استرخاء تام، مثل أن تتخيل أنك في مكان تحبه.
- ج- دع عقلك ينتقل بلا حدود بين الأفكار، وكذلك خيالك، كن منتبهاً لأي صورة خيالية أو كلمة تطرأ على بالك، حدد وقتاً لهذا التدريب، أو اترك مخيلتك تعمل حتى تستنفذ كل الصور الخيالية الممكنة.
- د- سجل كل الأفكار والصور التي وردت لك حتى ولو كانت ناقصة، فقد تثير فيك أفكاراً أخرى مترابطة. ادرس هذه الأفكار، واختر منها ما يمكنك الاستفادة منه، أو ما تعتبرها ذات إمكانية للاستفادة منها مستقبلاً.
- هـ- اترك هذه الأفكار التي ولدتها، وابتعد عنها لفترة، وعد إليها فيما بعد لدراستها.

(8) لائحة الأفكار الجديدة

لائحة "اليكس أوزبورن" أداة شائعة الاستخدام في عملية الاستحثاث الفكري، تشجع على التفكير المتنوع. وهذه لائحة معدلة من لائحة "أوزبورن": والمطلوب منك في هذا التدريب أن تكتب الشيء أو العملية التي تود تغييرها. وانظر في شتى الطرق التي يمكن أن تغيرها تحت كل مجموعة أسئلة.

الشيء أو العملية المراد تغييرها

(اكتب)

.....

.....

.....

انظر كيف يمكنك أن

تستخدمها في مجالات أخرى؟ طرق جديدة؟ طرق معدلة؟

(اكتب)

.....

.....

.....

تكييفها؟

ما الشيء الشبيه بها؟ أية أفكار أخرى تقترحها هذه العملية؟ هل هناك سوابق؟ كيف

يمكن الاستعانة بها؟ من أقلد؟

(اكتب)

.....

.....

.....

تعديلها؟

هل من زاوية رؤية جديدة؟ هل يمكن تغيير المعنى أو اللون أو الحركة أو الصوت أو

الشكل؟ هل هناك تغييرات أخرى؟

(اكتب)

.....

.....

.....

تصغيرها؟

ماذا يمكن أن ننقص منها؟ كيف نصغيرها؟ كيف نكثفها؟ كيف نخفضها ونقصرها؟

نقلها؟

تحدفها؟ نقسمها؟

(اكتب)

.....

.....

.....

تعوضها؟

من غيرها؟ هل من مكونات أخرى؟ مواد أخرى؟ مكان آخر؟ طريقة أخرى؟

(اكتب)

.....

.....

.....

تقوم بإعادة ترتيبها؟

إعادة ترتيب المكونات؟ استبدال الوسيلة؟ تبديل السرعة أو الترتيب المعمول به
واختباره بطريقة أخرى؟ تغيير الجدول؟

(اكتب)

.....

.....

.....

تقوم بعكسها وقلبها رأساً على عقب؟

ضع الموجب بدلا من السالب؟ صل الأضداد بعضها مع بعض؟ اقلبها؟ اعكس الأدوار؟

(اكتب)

.....

.....

.....

تمزجها؟

كيف يبدو المزيج منها؟ والعينات؟ والمتشابهات؟ والوحدات الممزوجة؟ والأهداف
المتحدة؟ والأفكار المتحدة والممزوجة

(اكتب)

.....

(ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري، 1994 "أ"؛ 1994 "ب")

(9) مصفوفة إعادة التنظيم: Reframing

الوظيفة: النظر إلى المشكلة من مناهير مختلفة.

كيفية الاستخدام: مصفوفة إعادة التنظيم أو إعادة التشكيل هي أسلوب بسيط، يساعدك على النظر إلى المشكلة المعينة، وبخاصة المشكلات التجارية أو التي تواجه المنظمات الاقتصادية أو المالية، من مناهير مختلفة، أي من خلال عدد من جهات النظر المختلفة، وهو ما يؤدي إلى توسيع مدى أو نطاق الحلول الإبداعية التي يمكن أن تولدها أو تصل إليها كحلول لتلك المشكلة.

ويقوم هذا الأسلوب على فكرة أساسية مؤداها: أن الأفراد المختلفين في خبراتهم يدركون المشكلة الواحدة بوجهات نظر مختلفة، كل على حسب خبراته.

وكل ما يؤدي إليه هذا الأسلوب أنه يساعد الفرد على أن يضع نفسه في مكان الآخرين، أي يرى المشكلة كما يراها الآخرون المختلفون عنه، وبالتالي تخيل الحلول التي يمكن أن يصل إليها هؤلاء الآخرون المختلفون لتلك المشكلة. وباختصار، فإن هذا الأسلوب يساعدك على أن تكون "أكثر من شخص" مما يجعلك قادرًا على امتلاك أكثر من منظور أو تصور أو وجهة نظر حيال المشكلة الواحدة.

ونعرض لأسلوبين يمكنك من خلالهما، أو من خلال أحدهما، استخدام المشكلات بعدد كبير من الطرق المختلفة:

أ - أسلوب الجوانب الأربعة

وهو أسلوب للنظر إلى أي مشكلة في مجال التجارة والأعمال عبر أربعة مناهير مختلفة، هي:

- 1- مُنتَج (سلعة أو خدمة): هل هناك عيوب أو أخطاء في المنتج؟
- 2- لتخطيط: هل هناك أخطاء أو عيوب في خططنا التجارية أو خططنا التسويقية؟
- 3- إمكانية: إذا كنا جادين بالفعل في زيادة نشاطنا وأعمالنا، فكيف يمكننا أن نحقق ذلك؟
- 4- آخرون: لماذا يختار الناس منتجًا معينًا ويفضلونه عن منتج آخر؟

والشكل التالي يعرض مثلاً لهذا الأسلوب. والمشكلة التى نواجهها هنا، والتى يجب إدراكها من تلك المناظير الأربعة، هى انخفاض مبيعات أحد المنتجات الجديدة، ومن ثم نحاول البحث عن سبب ذلك. ويوضح الشكل التالى رقم (1-12) مثلاً لمصفوفة إعادة التنظيم.

<p>منظور المنتج:</p> <ul style="list-style-type: none"> - هل تم تجريب أو اختبار المنتج قبل نزوله للسوق؟ - هل هو سليم فنياً؟ - هل هو جذاب؟ - هل سعره مناسب؟ 	<p>منظور التخطيط:</p> <ul style="list-style-type: none"> - هل استهدفنا الأسواق الصحيحة والمناسبة؟ - هل نستخدم استراتيجية البيع الصحيحة؟
<p>منظور الآخرين:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ما رأى العملاء فى هذا المنتج؟ - هل هم على قناعة بوجودته أو كفاءته؟ - لماذا يختارون منتجاً آخر؟ 	<p>منظور الإمكانية:</p> <ul style="list-style-type: none"> - كيف يمكننا زيادة حجم المبيعات؟

شكل رقم (1-12)

مثال لمصفوفة إعادة التنظيم

فلا شك أن الإجابة عن مثل تلك الأسئلة، التى تعكس أربعة جوانب أساسية للمشكلة (4 مناظير مختلفة) سوف تساعدك على التوصل إلى أنسب الحلول لتلك المشكلة، مادامت قد أدركتها وتعاملت معها من جوانبها المختلفة.

ب- أسلوب التخصصات المختلفة

الأسلوب الثانى لاستخدام مصفوفة إعادة التنظيم، هو أن ننظر إلى المشكلة المعينة من خلال وجهات نظر أفراد من مهن أو تخصصات مختلفة. فالمعروف أن الطريقة التى يرى بها الطبيب مشكلة ما تختلف عن وجهة نظر المهندس مثلاً، وكلاهما يختلف عن وجهة نظر مدير المبيعات.

إذن فمن خلال هذا الأسلوب يتم إدراك المشكلة والتفكير فيها عبر أكثر من منظور مهني أو تخصصي مختلف.

ملخص

1- مصفوفة إعادة التنظيم هو أسلوب يستخدم للمساعدة على إدراك أى مشكلة من مناظير مختلفة، وهو ما يساعد على توسيع نطاق النظر للمشكلة وزيادة عدد البدائل الممكنة كحلول لتلك المشكلة.

2- يتمثل الاستخدام العملي لهذا الأسلوب في قيامك بكتابة المشكلة التي تبحث عن حل لها في مستطيل وسط صفحة بيضاء، ثم ترسم حولها عدد من المستطيلات يمثل كل منها وجهة نظر مختلفة حيال تلك المشكلة، تمامًا كالشكل السابق مع إمكانية زيادة عدد المستطيلات المحيطة بالمشكلة بناء على طبيعة تلك المشكلة وتعدد جوانبها أو تعدد مناظير إدراكها.

3- إحدى طرائق استخدام هذا الأسلوب في المجال التجارى أو مجال الأعمال هى طريقة الجوانب الأربعة؛ حيث يتم التفكير في المشكلة عبر أربعة مناظير مختلفة، هي: المنتج، والتخطيط، والإمكانية، والآخرى.

وهناك طريقة أخرى لاستخدام هذا الأسلوب، وهى أن تسأل نفسك: كيف يدرك الآخرون من تخصصات أو مهن أخرى هذه المشكلة؟ وكيف سيفكرون فيها أو يتعاملون معها؟. وعليك أن تحاول أن تدرك المشكلة كما يمكن أن يدركها كل واحد من هؤلاء المتخصصين المختلفين؛ لأن ذلك سوف يزيد من فرصة وصولك لأفكار جديدة وإبداعية لحل تلك المشكلة (Manktelow, 2005).

(10) الإثارة الذهنية Provocation

الوظيفة: تجريب الأفكار واختبارها

كيفية الاستخدام: الإثارة الذهنية أحد الأساليب المهمة التي تستخدم فيما يعرف بالتفكير الجانبي. وهذا الأسلوب شأنه في ذلك شأن أسلوب "المدخلات العشوائية" (كما سيرد)، يهدف إلى جعل الفرد قادرًا عند التفكير في مشكلة ما، على أن يتخلص من أو ينحى جانبًا أنماط التفكير التقليدية التي عادة ما تستخدم عند البحث عن حل لتلك المشكلة.

وكما أوضحنا سابقًا، فإننا نفكر من خلال استدعاء صيغ ومفاهيم وأنماط تم تكوينها عبر تاريخنا وخبرتنا السابقة، وتم تخزينها في المخ. فعندما نواجه مشكلة معينة، فإننا نستدعى النمط الذي اعتدنا أن نفكر به في مثل تلك المشكلة. فلكل نوع

أو شكل معين من المشكلات نمط من التفكير التقليدي، وبالتالي نمط من الحلول الذي كونه من خبراتنا واعتدنا عليه، ومن النادر أن نفكر خارج نطاق تلك الأنماط.

ورغم أننا قد نعرف أن حل مشكلة ما ربما يكون جزءاً من نمط آخر خاص بنوع آخر من المشكلات، فإننا لا نستطيع أن نقوم بهذا الربط (بين المشكلة التي نحن بصدد البحث عن حل لها والتي تنتمي إلى نمط معين، والحل الذي هو جزء من مشكلة تنتمي إلى نمط آخر مختلف) بسبب طبيعة بناء المخ نفسه.

ويمكن لأسلوب الإثارة الذهنية أن يساعدنا في إجراء هذا الربط بين أنماط مختلفة من التفكير. ربط لم نكن ندركه ولم يسبق أن قمنا به من قبل. ويتم تنفيذ هذا الأسلوب عملياً على النحو التالي:

نقوم بشكل عمدي بالتسليم بصحة مقولة معينة، رغم معرفتنا التامة بأنها مقولة "غريبة" وغير واقعية، إلا أننا سنسلم جداً بصحتها، ونتخذها كنقطة انطلاق. ولا بد أن تكون تلك المقولة غريبة أو غير حقيقية حتى "تصدم" عقولنا وتجعلها تنحى جانباً طريقة التفكير التقليدية. وبمجرد أن نضع تلك المقولة المثيرة أو المحرصة، يجب أن ننحى جانباً الحكم المنطقي عليها، أي لا نحاول أبداً تقييمها منطقياً أو واقعياً والبحث عما إذا كانت صحيحة أم غير صحيحة... لا يجب أبداً أن نولي ذلك أي قدر من الانتباه أو الطاقة العقلية... نسلم بها ونقبلها، ثم بعد ذلك علينا أن نبدأ في توليد أكبر عدد ممكن من الأفكار منها.

وكمثال: يمكننا أن نعرض على أنفسنا تلك القضية أو المقولة، ونقبلها ونسلم بها، وهي: "لا يجب أن يكون للمنازل أسقف". هنا لا يجب أن نفكر في مدى صحة أو واقعية تلك القضية المقترحة، بل المطلوب أن نفكر فيما يمكن أن يترتب عليها... نفكر فيما يمكن أن نستخرجه أو نولده منها من أفكار جديدة. فالفرد هنا يمكنه أن يفكر في إمكانية وجود منازل بأسقف مفتوحة (مثل بعض السيارات)، أو منازل بأسقف من الزجاج الشفاف، وكيف أن الفرد يمكن أن ينام في سريره وهو ينظر إلى النجوم في السماء من فوقه.

ومعنى هذا أنه بمجرد أن تصيغ القضية المثيرة، فإنك تستطيع أن تستخدمها بأكثر من طريقة؛ حيث تستطيع أن تفكر في:

- أ - ما يمكن أن يترتب على تلك القضية (مترتباتها إذا أصبحت حقيقة واقعة).
- ب - ما يمكن أن يترتب عليها من فوائد أو منافع.
- ج - الظروف أو العوامل التي إذا وجدت، فإن تلك القضية الغريبة، يمكن أن تتحول لتصبح بالفعل حلاً جيداً لمشكلة ما.

د- ما الذى يمكن أن نصل إليه بعد سلسلة من الأحداث المتتالية التى تم اشتقاقها من تلك المقولة أو الحل الافتراضى الغريب للمشكلة.

وعموماً، فإن هذا الأسلوب، مثل كل أساليب التفكير الجانبي، ربما لا يسفر فى كل الحالات عن الوصول إلى أفكار جيدة، وذات صلة مباشرة بالمشكلة التى نسعى إلى حلها، إلا أنه أحياناً ما ينجح فى ذلك فى بعض الحالات ويكون عظيم الفائدة. وفى كل الحالات، فإن الأفكار المتولدة نتيجة استخدام هذا الأسلوب، تكون دائماً أفكاراً جديدة أصيلة وغير مسبقة.

ملخص

- 1- هذا الأسلوب أحد الأساليب المهمة للتفكير الجانبي التى تساعد على توليد نقاط بداية أصيلة وجديدة للتفكير الإبداعي.
- 2- لكى تستخدم هذا الأسلوب، فعليك أن تقوم بشكل عمدي تماماً بوضع قضية أو مقولة تمثل حلاً افتراضياً "غيبياً وسخيفاً جداً" للمشكلة التى تؤرقك وتبحث عن حل لها، ولا تحاول تقييم هذا الحل أو التوقف أمام صدقه أو واقعيته، بل استخدمه كنقطة بداية... نقطة انطلاق لتوليد أكبر عدد ممكن من الأفكار.
- 3- إن هذا الأسلوب مفيد جداً فى مساعدتك على التوصل إلى مفاهيم وحلول جديدة للمشكلة موضع البحث، ما كان ممكناً الوصول لها دون افتراض وقبول هذه المقولة أو هذا الحل "الغبي" وعدم تقييمه، ثم توليد أكبر عدد من الحلول والمقترحات والأفكار المشتقة أو المتولدة منه (Manktelow, 2005).

(11) افعل ذلك DO IT

الوظيفة: عملية بسيطة للإبداع.

كيفية الاستخدام الملاحظ أن كل أسلوب من الأساليب، يركز على جوانب معينة من التفكير الإبداعي. أما هذا الأسلوب، فإنه أشمل ويجمع بين العديد من تلك الأساليب ويتضمن جوانب من كل منها؛ ذلك لأنه يولى الاهتمام بكل من طرق تحديد المشكلات المراد حلها وأيضاً تقييم الحلول الإبداعية المقترحة لها.

وهذا الأسلوب DO IT هو كلمة مركبة من أربعة حروف ترمز إلى أربع مراحل

يشملها، وهي:

- أ - (D): تحديد المشكلة Define problem.
- ب - (O): التفتح العقلى Open mind.
- ج - (I): تحديد أنسب الحلول للمشكلة Identify best solution.

د- (T): التحويل Transform: أى التنفيذ الفعلى للحل المختار، وتحويله إلى واقع.

وفيما يلي عرض لكل مرحلة من تلك المراحل الأربع المتتالية:

(أ) تحديد المشكلة

يجب أن ينصب كل اهتمامنا في تلك المرحلة على التحديد الدقيق للمشكلة التى تواجهنا، وأن نتأكد أنها هى بالفعل المشكلة التى يجب حلها... أنها فعلاً هى مشكلتنا الحقيقية، ولكي نحدد أى مشكلة بدقة، يجب أن نتبع الخطوات التالية:

أ - تأكد أنك تضع يدك على جوهر المشكلة، وليس على أعراضها أو مترتباتها، أى مظاهرها الخارجية. ولكي تنجح في ذلك عليك أن تسأل نفسك عدة أسئلة كلها تبدأ بـ "لماذا"، إلى أن نصل إلى السبب الأساسى أو جوهر المشكلة.

افرض مثلاً أن القضية أو المشكلة الظاهرة هى "ضعف المبيعات" هنا عليك أن تتساءل: لماذا \Leftarrow لأن "هناك مشاكل في التسويق" \Leftarrow لماذا؟ لأن "الدعاية غير كافية" \Leftarrow لماذا؟ \Leftarrow لأن "المخصصات المالية لها قليلة" \Leftarrow لماذا؟ وهكذا إلى أن تضع يدك على جذور المشكلة أو أساس وجودها.

ب- بلور حدود المشكلة، أو حدد نطاقها بدقة، وكذلك حدد الأهداف التى تريد أن تصل إليها بحل تلك المشكلة (إذا تم حل تلك المشكلة، فيجب أن نحقق كذا وكذا...)، وأيضاً حدد الصعوبات التى تحول دون ذلك.

ج- إذا كنت بصدد مشكلة واسعة النطاق ومتشعبة، فقسّمها إلى عدد من المشكلات الصغيرة، وحدد نطاق كل منها بدقة.

د- لخص المشكلة في أقصى ما يكون الإيجاز.... لخصها بقدر ما تستطيع. وأحسن أسلوب هو أن تلخصها من كلمتين فقط: "نقص الإنتاج"، أو "زيادة المصروفات"، أو "كثرة الغياب".... وهكذا.

(ب) الانفتاح العقلى

بعد النجاح في تحديد المشكلة الأساسية بدقة، نبدأ في توليد أكبر عدد ممكن من الحلول الممكنة لها. وهنا يجب أن تعطى لنفسك فرصة توليد أكبر قدر ممكن من الأفكار والحلول، وألا تقع في "شَرَك" أو خطأ القبول والرضا بأول حل يبدو لك مقبولاً وجيداً، وتتوقف عنده... لا تتوقف أبداً عن توليد الحلول حتى ولو أعجبك بعض ما توصلت إليه بالفعل من حلول.

وفي تلك المرحلة لا يجب أن نولى أى اهتمام بعملية تقييم ما نولده من اقتراحات وحلول... لا يهمنا نوع أو جودة تلك الحلول... علينا فقط أن نركز على

"كم" ما نولده من أفكار وحلول. ويجب أن نعرف أن الأفكار أو الحلول التي قد تبدو سيئة أو ضعيفة، كثيرًا ما تكون هي السبيل إلى الوصول إلى حلول جيدة وأعلى كفاءة.

وفي توليدك للأفكار والحلول، يمكنك استخدام كل الأساليب الأخرى التي يشملها الفصل الحالي أو غيرها لمساعدتك في البحث عن الحلول الممكنة لتلك المشكلة. ففي كل أسلوب منها ما يمكن أن يفيدك تبعًا لطبيعة المشكلة التي تبحث عن حل لها.

كذلك فعند توليدك للحلول، عليك ألا تنسى أن الآخرين يرون تلك المشكلة بمنظورهم الخاصة التي تختلف عن منظورك. وبالتالي فمن المفيد جدًّا في هذه المرحلة أن تطلب رأي الآخرين، وتتعرف على آرائهم ومقترحاتهم كحلول لتلك المشكلة. فكل ذلك سوف يساعدك على الوصول إلى بلورة أكبر عدد ممكن من الحلول المقترحة لتلك المشكلة.

(ج) تحديد أنسب الحلول

جوهر هذه المرحلة هو اختيار أنسب الأفكار والحلول من تلك التي تم التوصل إليها في المرحلة السابقة. وبالطبع، فإن ذلك يتطلب دراسة وفحص كل حل مقترح بالتفصيل، قبل اختيار أحدها. وفي تلك الخطوة يمكن الاستفادة من أساليب اتخاذ القرار، فسوف تساعدك كثيرًا في الاختيار من بين البدائل والحلول المطروحة أمامك.

وعندما تكون بصدد اختيار أنسب الحلول، ضع في اعتبارك أهدافك الخاصة وأهداف منظمتك، بمعنى أن عليك اختيار الحل الذي يتسق مع الأهداف القائمة وراء حل المشكلة.

(د) التحويل

بعد أن تم تحديد المشكلة، والتوصل إلى حل إبداعي مقبول لها من خلال البدائل المتاحة، يتبقى الخطوة الأخيرة وهي التنفيذ الفعلي لهذا الحل. وهنا سوف نكتشف أن هناك عوامل كثيرة تتدخل وتؤثر في سعيينا إلى تحويل هذا الحل الإبداعي من مجرد فكرة توصلنا إليها، إلى كيان فعلي على أرض الواقع. فسوف نجد - مثلاً - أن هناك عوامل تسويقية ومالية تؤثر، وقد تمثل لنا نوعاً من الصعوبات. ولذلك، فإن التحويل ليس دائماً أمراً سهلاً، بل يحتاج إلى الكثير من الوقت والجهد.

والواقع أن الكثير من الأفراد (أو المديرين) المبدعين جدًّا، ينجحون تمامًا في الخطوات الثلاث الأولى، ثم يفشلون في تلك المرحلة الرابعة والأخيرة. فهم ينجحون تمامًا في إبداع أفكار تتعلق بمنتجات أو خدمات رائعة، إلا أنهم يفشلون في تطوير تلك الأفكار وتحويلها إلى شكل منتج أو سلعة أو خدمة تنزل بالفعل إلى السوق.

إن أول خطوة في عملية التحويل - تحويل فكرة إبداعية إلى واقع ملموس - هي أن نضع "خطة عمل" لهذا التحويل، أي خطوة تسويقية تجارية مالية، تأخذ في الاعتبار الظروف الواقعية القائمة. وبمجرد أن ننجح في إنجاز هذه الخطوة، فإن عملية التنفيذ الفعلية للفكرة الإبداعية تكون قد بدأت بالفعل.

ملخص

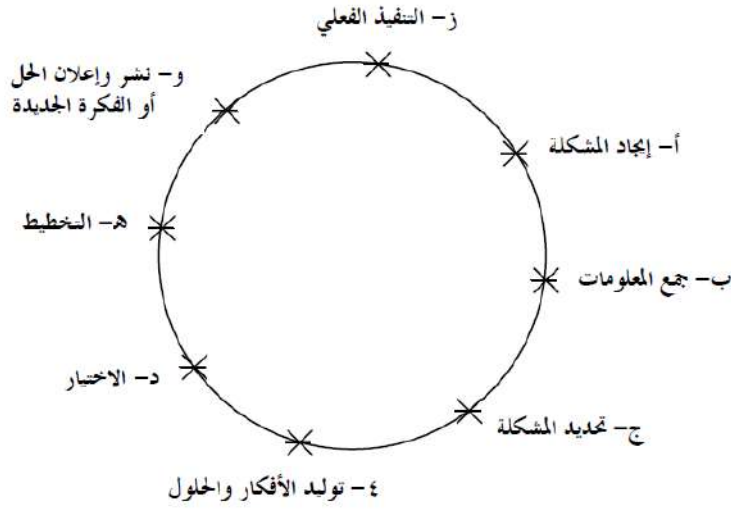
- 1- "افعل ذلك" هو عملية منظمة للإبداع. واستخدامك لهذا الأسلوب يضمن لك أنك تستخدم الشيء الأساسي الذي يساعدك على التفكير إبداعيًا بكفاءة كافية؛ ذلك لأنه يتضمن جوانب من أكثر من أسلوب من أساليب الإبداع. فهو أسلوب شامل.
- 2- يتضمن هذا الأسلوب أربع مراحل متتالية، هي:
 - أ - تحديد المشكلة: وخلال تلك المرحلة، فأنت تستخدم أكثر من أسلوب لكي تتضمن أنك ستحدد المشكلة بأعلى درجة دقة ممكنة، أي أنك سوف تضع يدك على جذور المشكلة.
 - ب- الانفتاح العقلي: وهنا أنت تستخدم أساليب إبداعية لتوليد أكبر عدد ممكن من الحلول لمشكلة ما. ولا يتم في تلك المرحلة تقييم جودة أو نوعية الحلول المتولدة.
 - ج- تحديد أنسب الحلول: حيث يتم اختيار أنسب الحلول من بين كل ما تم التوصل إليه في المرحلة السابقة. وإذا وجدت صعوبة في ذلك، فيمكنك الاستعانة بأساليب اتخاذ القرار.
 - د- التحويل: المرحلة الأخيرة في هذا الأسلوب، وفيها يتم إعداد "خطة عمل" للتنفيذ الفعلي للحل المختار. فبدون تنفيذ فعلي على أرض الواقع، فإن التفكير الإبداعي يكون عقيمًا ولا قيمة أو أهمية له (Manktelow, 2005).

Simplex (12) البسيط

الوظيفة: عملية متكاملة وفعالة لحل المشكلات إبداعيا.

كيفية الاستخدام

هذا الأسلوب أحد الأساليب الممتازة في زيادة الإبداع في المجال الصناعي والتجاري. وهو يشبه الأسلوب السابق (افعل ذلك)، ولكنه أكثر حنكة، وأعلى مستوى منه. وإذا كان الأسلوب السابق يتعامل مع الإبداع على أنه عملية خطية، أو سلسلة من الخطوات المتتالية بشكل بسيط، فإن هذا الأسلوب يتعامل مع الإبداع على أنه عملية دائرية مستمرة، ولا تنتهي أو تتوقف، بمعنى أن اكتمال دائرة ما (عملية إبداعية محددة) يقودنا إلى دائرة أو عملية أخرى أكثر تقدماً من سابقتها. ويرى هذا الأسلوب أن الدائرة التي تمثل الحل الإبداعي للمشكلات تشمل ثمانية مراحل، يوضحها الشكل التالي رقم (2-12):



شكل رقم (2-12)

مراحل الحل الإبداعي للمشكلات

وفيما يلي عرض للخطوات الثمانية لتلك العملية بقدر من التفصيل:

(أ) إيجاد المشكلة

أصعب جزء في العملية الإبداعية هو أن تضع يدك على المشكلة "الصحيحة"، أن تجد المشكلة "الحقيقية" التي يجب حلها. فكثيراً ما نضيع الوقت والجهد في إيجاد

حل لمشكلة غير صحيحة، أى ليست هى المشكلة التى يجب أن نبحث عن حل لها. والأسلوب الحالى يساعدنا تمامًا فى البحث المستمر والفعال عن المشاكل الصحيحة التى يجب بالفعل مواجهتها وحلها، وبالتالي تزداد فرص التحسن والنمو؛ لأننا نحل ما يجب حله، وبالتالي فجهودنا لا تضيع هباءً.

والمشكلات قد تكون أحياناً واضحة تمامًا ولا لبس فيها، وأحياناً أخرى تكون "غامضة" أو مطموسة المعالم. فى الحالة الثانية، يجب أن نوجه إلى أنفسنا عددًا من الأسئلة، ومن خلال إجاباتنا عنها، سوف تصبح تلك المشاكل الغامضة أكثر وضوحًا وأمانًا، وتظهر للنور، بحيث يمكننا إدراكها وبلورتها بوضوح.

ومن الأسئلة التى تساعدنا على إدراك المشاكل بوضوح، أو تساعد على أن نضع أيدينا على المشاكل "الحقيقية" التى تتطلب الحل ما يلي:

- أ - ما الذى يريده العملاء منا؟ أى الأشياء التى يريدون منا تطويرها أو تحسينها؟
 - ب- ما الأشياء التى يمكن أن يؤدوها أحسن وأكفأ إذا أمكننا مساعدتهم فى ذلك؟
 - ج- ما المشكلات الصغرى الموجودة حاليًا، والتى يمكن أن تتحول مستقبلاً - إذا أهملت - إلى مشكلات كبيرة أو صعبة؟
 - د- ما الذى يضعف أداءنا أو يجعله صعبًا؟ وما الذى نفشل فى تحقيقه أو إنجازه؟
 - هـ- كيف يمكننا تحسين جودة المنتج أو الخدمة التى تقدمها؟
 - و- ما الذى يفعله المنافسون، أو ما هو متوفر لديهم وينقصنا نحن، وبالتالي علينا أن نقوم به أو نملكه؟
 - ز- ما الأشياء الموجودة فى المنظمة والتى تمثل مصادر للإحباط والسخط؟
- هذه كلها أمثلة لأسئلة يمكن من خلال طرحها على الذات، والإجابة عنها، أن يجد المدير أو رئيس العمل المشاكل الحقيقية التى تتطلب الحل، والتى سيؤدى حلها (مادامت مشاكل حقيقية وصحيحة) إلى تحسين وتطوير أحوال المنظمة ووضعها التنافسي.
- ومن الواضح أن تلك الأسئلة ربما تساعد على الوصول إلى مشكلات حالية، إلا أن المدير الناجح هو الذى لا يكتفى بذلك، بل لا بد أن ينظر إلى المستقبل، أى أن يطرح على نفسه أسئلة تقوده إلى الوصول إلى استشفاف ما يمكن أن يواجهه المنظمة من مشكلات فى المستقبل، سواء المستقبل القريب أو البعيد، وبالتالي فعليه أن يفكر فى الإجابة عن مجموعة من الأسئلة، منها:

- 1- كيف يمكن أن يتغير السوق، ويتغير العملاء فى السنوات القليلة القادمة؟
- 2- ماذا يمكن أن يترتب على ذلك؟

3- ما المشكلات التي يمكن أن تواجه المنظمة إذا ما تقرر أن تتوسع في نشاطها أو تكبر؟

4- ما التغيرات الاجتماعية والسياسية التي يمكن أن تؤثر في المنظمة؟

ويجب أن يكون واضحًا أننا في تلك المرحلة لا نكون بصدد تحديد دقيق لمشكلة ما قائمة على معلومات وبيانات دقيقة، بل نحن فقط بصدد تصور تقريبي عن المشكلة، أو ما يمكن أن يمثل مشكلة. هنا نكون بصدد البحث والتنقيب المنظم عما يمكن أن يمثل مشكلة حقيقية - سواء كانت واضحة أو كامنة- تتطلب الحل، ولسنا بصدد بلورتها أو التحديد الدقيق لها، فذلك هو ما سوف يتم لاحقًا في الخطوة الثالثة.

(ب) جمع البيانات والمعلومات

نسعى في تلك الخطوة إلى جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات عن المشكلة التي تم استشفافها مبدئيًا في الخطوة السابقة. ففي تلك الخطوة نسعى إلى تعميق المعرفة بالمشكلة، نريد أن نعرف كل البيانات والمعلومات الخاصة بها، والتي يمكننا من:

1- أن نعرف ونستخدم أحسن الأفكار الموجودة لدى المنافسين لنا في السوق.

2- نفهم بالتفصيل حاجات ومطالب العملاء بالتفصيل.

3- نعرف على وجه الدقة أوجه الضعف أو القصور القائمة حاليًا.

4- نفهم تمامًا كل ما نحن في حاجة إليه في كافة جوانب المنظمة.

5- نتأكد تمامًا أن حل تلك المشكلة سوف يترتب عليه الكثير من الفوائد، وبالتالي فهي "مشكلة حقيقية"، تستحق ما يبذل في حلها من وقت وجهد ومال.

(ج) التحديد الدقيق للمشكلة

لم نحدد حتى الآن المشكلة بشكل دقيق، فكل ما هنالك أن لدينا تصورًا تقريبيًا عنها، ثم جمعنا كل البيانات والمعلومات المتصلة بها لكي نفهم مختلف جوانب الموقف المشكل، ثم في ضوء ذلك يتم - في تلك الخطوة- بلورة المشكلة تمامًا، أي تحديدها بكل دقة، ومعرفة نطاقها وأبعادها.

الشيء الضروري، والذي نؤكد عليه هو ضرورة حل المشكلة في المستوى الصحيح (الحل مناسب للمشكلة بالضبط)، بمعنى أنه إذا كان السؤال الذي يعبر عن المشكلة واسعًا أو غير محدد، فإننا لن نجد الموارد والإمكانات التي تؤهلنا للإجابة

عنه بدقة، وبالتالي لن ننجح في حل المشكلة، وكذلك إذا كان السؤال ضيقاً جداً، فإننا سوف نكتشف أننا نتعامل مع مظاهر المشكلة، وليس المشكلة ذاتها. ومعنى هذا أن السؤال يجب أن يكون معبراً تماماً عن المشكلة، وذلك حتى يجيء الحل على المستوى المطلوب تماماً.

ولقد اقترح مين باسادور Min Basadure أسلوباً معيناً يساعدنا على ضبط السؤال بما يناسب المشكلة، أى يكون معبراً عنها تماماً، بحيث لا يكون واسعاً وفضفاضاً وغير محدد، أو ضيقاً ونوعياً. فقد اقترح أننا لى "نوسع" من نطاق السؤال، فعلى استخدام صيغة الاستفهام "لماذا؟" ولى "نضيق" فعلى التركيز على ما يكون سبباً للمشكلة القائمة.

فمثلاً: لنفرض أن المشكلة التى تواجهنا هى "موت إحدى الأشجار من الحديقة" فإذا تساءلنا: لماذا نريد أن نجعل الأشجار فى حالة جيدة؟ فإن ذلك سوف يوسع القضية، بحيث ربما نصل إلى التساؤل: "كيف يمكننا الحفاظ على البيئة من حولنا". أما التضييق فى هذه الحالة، فيتمثل فى "أنا لا أعرف كيف أتعامل مع المرض الذى سبب موت تلك الشجرة". هنا نكون ضيقنا المشكلة كثيراً وحصرناها فى زاوية واحدة (وجود مرض أدى إلى موت الشجرة)، رغم أن سبب المشكلة (موت الشجرة) ربما يكون شيئاً آخر غير وجود مرض معين.

لا بد - إذن - أن يتطابق السؤال مع حجم المشكلة التى نبحث عن حل لها، وألا يكون واسعاً أو ضيقاً، حتى يضمن أن يتطابق الحل مع جوهر المشكلة، لا زيادة ولا نقصاناً. وبالطبع، فإنه فى حالة المشكلات الكبرى أو المتشعبة، فيجب أن يتم تقسيمها إلى عدد من المشكلات الصغرى، وبعد ذلك يتم التعامل مع كل جزء على حدة كمشكلة متبلورة محددة قائمة بذاتها.

(د) توليد وإيجاد الأفكار والحلول

يكون كل تركيزنا منصّباً فى تلك الخطوة على توليد أكبر قدر ممكن من الأفكار والمقترحات والحلول للمشكلة. والأساليب التى يمكن أن تساعدنا فى ذلك كثيرة ومتعددة؛ إذ يمكن أن نسأل الآخرين عن آرائهم ومقترحاتهم، ويمكن أن نستخدم كافة أساليب الإبداع السابقة بما فى ذلك أساليب التفكير، وأيضاً العصف الذهني.

والشيء المهم فى تلك المرحلة ألا نقيم ما نصل إليه من أفكار وحلول، فقط علينا التركيز على توليد أكبر عدد ممكن منها. فالأفكار التى قد تبدو سيئة أو غير ملائمة ربما تكون هى بوابة الوصول إلى أفكار جيدة وملائمة.

(هـ) الاختيار والتقييم

بعد أن أصبح في حوزتنا عدد كبير من الحلول الممكنة للمشكلة، فيجب أن نختار أحد تلك الحلول كأنسب أو أفضل حل لها. وأحياناً ما يكون أفضل الحلول واضحاً تماماً، أى يكون الاختيار من بين البدائل المطروحة سهلاً يسيراً. أما إذا لم يكن الأمر كذلك، وكان اختيار أو تفضيل أحد الحلول أمراً صعباً، فاجعل اختيارك للحل الأنسب قائماً على عدد من المعايير هى أساس للتفضيل. كذلك، فإن استخدام أساليب اتخاذ القرار يساعدك كثيراً على اختيار أنسب الحلول المقترحة للمشكلة.

ومجرد أن تختار فكرة أو حل معين، فيجب بلورته وتحديدده بأسرع ما يمكن. ومن الضروري أن تقوم بتقييمه لترى ما إذا كان سيفيد عملياً، ويستحق ما يتكبده من جهد ووقت ومال. وإذا وجدت أن الحل الذى تم اختياره ليس له فوائد عملية بالقدر المطلوب، فمن الممكن أن تعود من جديد إلى الخطوة السابقة لتوليد مزيد من الأفكار الجديدة، أو ربما تجد نفسك في حاجة إلى العودة إلى الخطوة رقم (1) لتبدأ العملية من أولها من جديد. المهمل ألا تقع في الخطأ الذى يقع فيه الكثيرون، وهو أنهم يظلون شهوراً وسنوات يطورون وينقحون في فكرة إبداعية ما، أو حل ما لمشكلة، رغم أن تلك الفكرة أو هذا الحل غير مفيد عملياً ولا يحتاجه أحد. ومعنى ذلك أنه لا بد أن تسفر عملية تقييم الحل المختار عن أنه مفيد عملياً، وله إيجابيات ملموسة على أرض الواقع. وللتأكيد من القيمة النفعية للحل المختار، يمكنك استخدام الأسلوب الذى قدمه إدوارد دى بونو Edward de Bono المعروف باسم "قبعات التفكير الست". فهو أداة ممتازة للتحليل الكيفي للفكرة الجديدة أو الحل المقترح، وكذلك أسلوب "تحليل المكسب والخسارة"، فهو أداة ممتازة للتحليل الكمي للحل المختار.

(و) التخطيط

بعد أن اخترت الحل الملائم، وتأكدت من قيمته أو فائدته العملية، يجيء وقت التخطيط للتنفيذ الفعلى لهذا الحل. وأحسن أسلوب لذلك هو وضع خطة عمل، خطة يتم فيها تحديد: من وماذا ومتى وأين ولماذا وكيف نحقق هذا الحل المختار على أرض الواقع. ومن المفيد في تلك الخطوة - خاصة إذا كان هذا الحل كبيراً أو يتطلب مجهوداً ووقتاً ومالاً كثيراً- الاستعانة "بأساليب تخطيط المشروعات".

(ز) نشر وإعلان هذا الحل

في كل الخطوات السابقة، فأنت تعمل وحدك أو مع لجنة صغيرة. أما الآن، فيجب أن يشترك الجميع فيما سوف يحدث، لا بد من نشر وإعلان هذا الحل المقترح بحيث يعرفه كل من سيشارك في تحقيقه على أرض الواقع، أو كل من يجب أن يسانده أو له دور ما في إنجازه بنجاح. يجب أن يعرفه المشاركون والمؤثرون في الموقف وكل أصحاب الشأن. وفي إعلانك لهذا الحل (أو المشروع الجديد) وتوصيله للآخرين أصحاب الشأن، لا يجب أن تكتفى بإعلانه هو فقط، بل عليك أيضًا أن تراعى ما سوف يصاحبه أو يترتب عليه من أمور (ما سوف يتطلبه من إحداث تغيير واتساقه مع السياسة العامة للمنظمة والأدوار المتوقعة من الآخرين لإنجازه.... إلخ).

(ح) التنفيذ على أرض الواقع

وهو محصلة كل الخطوات السابقة، أي مرحلة جنى ثمار عملية الإبداع بكاملها منذ إيجاد المشكلة، وحتى نشر وإعلان أنسب الحلول لها. وبمجرد أن يبدأ التنفيذ على أرض الواقع بشكل واضح وثابت، عليك أن تعود مرة أخرى إلى الخطوة الأولى (إيجاد المشكلة) لتبحث عن مشكلة أخرى، وعن حل إبداعي لها؛ لكي تستمر في تحسين وتطوير أفكارك وأداء منظمتك.

ملخص

- 1- عملية "البسيط" هي منحى قوى ومتطور للإبداع، وهو ملائم للمشروعات والمنظمات على اختلاف حجمها ومستوياتها.
- 2- هذه العملية عبارة عن دائرة من ثماني خطوات، وعند اكتمال الدائرة فعود من جديد لإيجاد مشكلة أخرى، والوصول إلى أنسب الحلول لها. وهذا يساعد على التطوير والتحسين المتواصل.
- 3- والخطوات الثماني لتلك العملية هي: إيجاد المشكلة ← جمع البيانات والمعلومات عنها ← التحديد الدقيق لها ← توليد الأفكار والحلول الملائمة ← اختيار أنسب تلك الحلول وتقييمه عملياً ← التخطيط لتنفيذ هذا الحل المختار ← نشر وإعلان هذا الحل بحيث يعلمه ويستوعبه كل من يهمه الأمر وسوف يشارك في تنفيذه ← وأخيراً الأداء الفعلى أو التنفيذ العملى لهذا الحل على أرض الواقع.

- 4- إن هذا الأسلوب يضمن لنا أننا سوف نضع أيدينا على أهم المشكلات الحقيقية أو الصحيحة القائمة، وأننا سنتوصل إلى أنسب الحلول لها.
- 5- إن هذه العملية تساعدك على أن تكون دائماً مبدعاً، أو في حالة تفكير إبداعي، في كل ما يوجد في منطقتك من قضايا أو مشكلات (Manktelow, 2005).

(13) حل المشكلات لا شعورياً

الوظيفة: استخدام كل مخك (أي كل وظائفك النفسية الشعورية أو غير الشعورية) في البحث عن حل مشكلة ما.

كيفية الاستخدام: حينما تكون منهمكاً أو مستغرقاً تماماً في مشكلة ما، فإنك تجد أن حلولاً لتلك المشكلة قد تبزغ فجأة في ذهنك، عندما تكون مسترخياً تماماً أو محملاً في شيء آخر، بل وأحياناً تأتي تلك الحلول في مرحلة ما بين اليقظة والنوم وقبل استغراقك في النوم العميق.

إن هذا يحدث بسبب أن "كل مخك" يعمل (وليس العمليات الشعورية فقط) ومنهمك تماماً في تلك المشكلة، فأجزاء المخ المسؤولة عن اللاشعور تعمل يدًا بيد مع المناطق المسؤولة عن الشعور. وعندما تسترخي تماماً، فإنك تزيد من فرصة عمل مناطق اللاشعور، وبالتالي قد "يقفز" الحل آتياً من تلك المناطق. وبالطبع فإن ذلك قد يحدث بشكل تلقائي؛ أي دون تدخل أو تعمد، أي أننا لا نكون في حاجة إلى أسلوب للتدريب على ذلك.

وعلى أية حال، فإنه من المفيد جداً حينما تواجه مشكلة صعبة وتجد نفسك غير قادر على الوصول إلى حل ملائم لها، فعليك أن تسترخي تماماً، وتدع الأفكار تتدفق بانسيابية في ذهنك. الشيء المهم هو أنه عندما يبرز الحل أمامك، فعليك بسرعة أن تدونه كتابة على الفور حتى لا يضيع منك أو تنساه. فالحلول التي تأتي عند استرخاء الفرد يكون من السهل نسيانها بسرعة.

ملخص

إذا وجدت نفسك غير قادر على حل مشكلة ما، فإنه كثيراً ما يأتي هذا الحل، ويقفز إلى ذهنك، عندما تكون في حالة استرخاء تام، أو حينما يكون ذهنك مركزاً أو مشغولاً بشيء آخر مختلف (Manktelow, 2005).

(14) أسلوب العكس

الوظيفة: تحسين منتجات أو خدمات

كيفية الاستخدام: العكس من الأدوات الجيدة التي يمكن استخدامها من أجل تحسين منتج أو خدمة. ولكي تقوم باستخدامه عليك أن تسأل عكس السؤال الذي تود أن تطرحه، وأن تصل إلى النتائج المتوقعة من خلال إجاباتك.

مثال: تخيل أنك تريد أن تقوم بتحسين استجابة مركز خدمة. فإذا استخدمت أسلوب العكس، فسوف تسأل السؤال التالي "كيف أستطيع أن أقوم بتقليل رضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها المركز؟" وبعد التفكير في هذا السؤال من الممكن أن تجيب الإجابات التالية:

- أ - لا أقوم بالرد على التليفون في حالة اتصال العميل.
- ب - أعاد الرد على المكالمات الهاتفية التي طلبت بعض الخدمات.
- ج - أترك الأفراد الذين ليس لديهم معرفة بالمنتج يقومون بالرد على التليفون
- د - أستخدم طاقم من العاملين غير المهذبين الذين لا يحسنون التعامل مع العملاء.
- هـ - أعطى النصيحة الخاطئة التي تضلل العملاء.
- و - الخ.

وبعد استخدام أسلوب العكس للأجوبة السابق ذكرها، سوف تتيقن من تعلم أنه لا بد من اختيار أعضاء فريق عمل مناسب يستطيع التعامل مع المكالمات الواردة بالأسلوب والطريقة اللائقة، ووضع برامج التدريب اللازمة للتأكيد على أن فريق العمل لا يقوم سوى بإعطاء النصيحة الدقيقة والفعالة.

ملخص: أسلوب العكس هو عملية سهلة وجيدة لتحسين المنتجات والخدمات. وتستطيع أن تقوم بها من خلال طرح عكس أو مقلوب الأسئلة التي تريد أن تسألها، ثم تطبق النتائج التي يتم الحصول عليها بالطريقة الصحيحة.

(15) المدخل العشوائي

الوظيفة: عمل قفزات إبداعية

كيفية الاستخدام: يعتبر أسلوب المدخل العشوائي أداة من أدوات التفكير الجانبي، وهي مفيدة للغاية عند الحاجة إلى أفكار جديدة أو مناظير جديدة أثناء حل المشكلة.

وكما تم توضيحه في المقدمة نهدف إلى التفكير الإبداعي من خلال إدراك الأنماط أو الأشكال، حيث إننا نستجيب لهذه الأنماط بناء على الخبرات الماضية، والامتداد فيما بعد بهذه الخبرات لتطويعها وتنميتها. وأحياناً نكون ملتصقين بهذه

الأفكار أو ملتصقين بنمط من هذه الأنماط، مما ينتج عنه احتمال عدم وجود حل مقنع وجيد لنوع معين من المشكلات.

ويعتبر المدخل العشوائي أسلوباً لربط غلط آخر من التفكير مع النمط الذي نستخدمه. ومع هذه الشكل الجديد، سوف تأتي كل الخبرات التي قمنا بربطها معه.

ولكي نستخدم المدخل العشوائي قم باختيار اسم عشوائي من قاموس أو قائمة كلمات مجهزة، ومن الأفضل أن يكون الاسم شيئاً من الممكن رؤيته أو لمسه (مثلاً هليكوبتر أو كلب) وليس مفهوماً مجرداً (مثل العدالة). استخدم هذا الاسم كنقطة بداية في العصف الذهني في المشكلة التي تريد حلها.

ومن الممكن أن تجد نفسك قد توصلت إلى أفكار جيدة إذا اخترت الكلمة من مجال منفصل تكون لديك فيه خبرة مناسبة. إذا استخدمت كلمة جيدة، سوف تضيف مدى متسقاً من الأفكار الجديدة والمفاهيم إلى العصف الذهني الذي تقوم به. فعلى الرغم من أن بعض هذه الأفكار ربما يكون بلا فائدة، فسوف تحصل على بعض الأفكار الجديدة المتعلقة بالمشكلة التي تريد حلها. وإذا أصريت على ذلك، فإنه على الأقل سوف تجد أن واحدة من هذه الأفكار ربما تكون قفزة في بداية تفكيرك الإبداعي.

مثال: تخيل أنك تفكر في تقليل التلوث المنبعث من السيارات. ففى أثناء التفكير في المشكلة لابد أن تكون قد فكرت في كل الحلول التقليدية للتحويل إلى العوامل المختصة لذلك والوقود النظيف.

اختر اسم عشوائي من عناوين الكتب في حقيبة الكتب، فمن الممكن أن ترى كلمة "نباتات"، ومن خلال جلسات العصف الذهني حول هذا الاسم من الممكن أن تصل إلى مجموعة من الأفكار الجديدة منها على سبيل المثال:

- 1- ازرع الأشجار على جانب الطريق لتحويل غاز ثاني أكسيد الكربون المتولد مرة أخرى إلى أوكسجين.
- 2- بالمثل تمرير الغازات المستهلكة من خلال عصارة نبات لتحويل غاز ثاني أكسيد الكربون إلى أوكسجين، وهى الطريقة التي ربما تكون مستخدمة في الطاقم الفضائي.
- 3- ضع بكتيريا تحويل الكبريت في مشغل الغاز المستهلك لتنظيف الغازات المستهلكة. هل تقوم مركبات النيتروجين بتخصيب هذه البكتيريا؟
- 4- المعنى الآخر لكلمة plant هو مصنع، فمن الممكن أن يتم تجميع الغازات المستهلكة في عبوة وإرسالها إلى مصنع خاص حتى يقوم بتنظيفها؟ أو من

الممكن أن يتم تفريغ هذه الغازات الضارة في الوقت الذي تقوم فيه بتعبئة الوقود الجديد؟

وهذه الأفكار تعتبر أفكار خام، وربما يكون البعض منها غير صحيح أو غير عملي، والبعض الآخر منها ربما يكون ضروريا وأساسيا لبعض التطوير المفيد.
ملخص

يعتبر المدخل العشوائي طريقة جيدة للحصول على تصورات جديدة عن المشكلة. وهي تؤدي أحيانا إلى قفزات إبداعية مفاجئة. ويوفر هذا الأسلوب طريقة سهلة للتخلص من أنماط التفكير المفيدة للتفكير الإبداعي، فهو يساعد على ربط الحلول الجديدة التي تكون مرتبطة بحل للمشكلة القائمة.

ومن أفضل الكلمات التي يمكن استخدامها في المدخل العشوائي هي الأسماء الملموسة، والتي تكون من نفس مجال الخبرة. ولا يجب أن تكون الأسماء مستقاة من نفس مجال المشكلة التي تريد التوصل إلى حل لها، حيث إن الفكرة الكلية للمدخل العشوائي هي ربط أشكال أو أنماط التفكير الجديد وليس الالتزام بالأشكال أو الأنماط الجديدة القديمة (Manktelow, 2005).

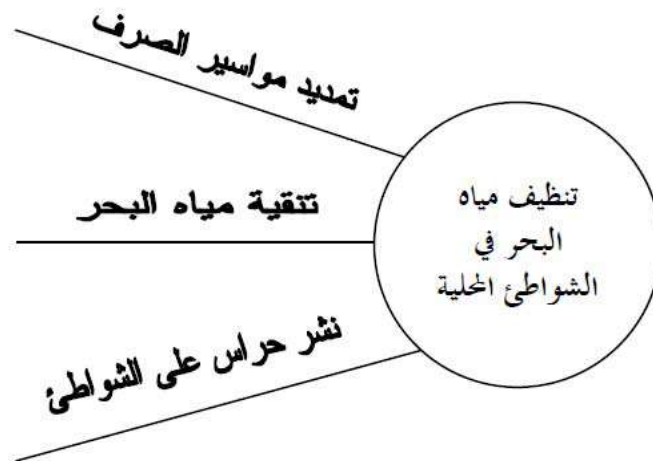
(16) مروحة المفهوم

الوظيفة: توسيع نطاق البحث عن الحلول

كيفية الاستخدام

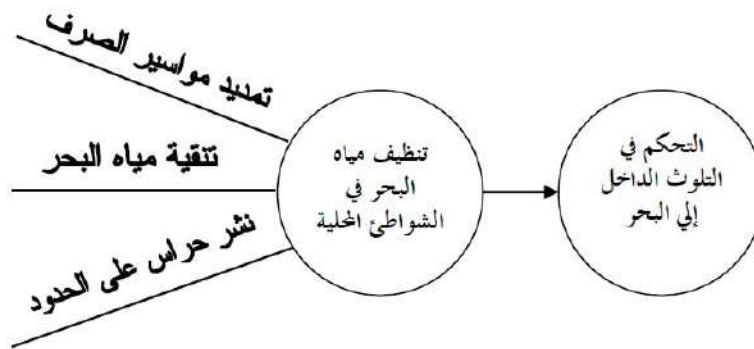
هذا الأسلوب عبارة عن طريقة لإيجاد الاتجاهات المختلفة المتعلقة بمشكلة ما عندما تُرفض كل الحلول الواضحة. وهذا الأسلوب ينمى مبدأ "خطوة للخلف" للوصول إلى منظور أوسع.

ولكي تقوم ببدء هذا الأسلوب عليك برسم دائرة في منتصف ورقة، ثم اكتب المشكلة التي تحاول حلها. وإلى اليسار قم برسم خطوط تمثل الحلول المقترحة للمشكلة كما هو موضح في الشكل التالي رقم (12-3):



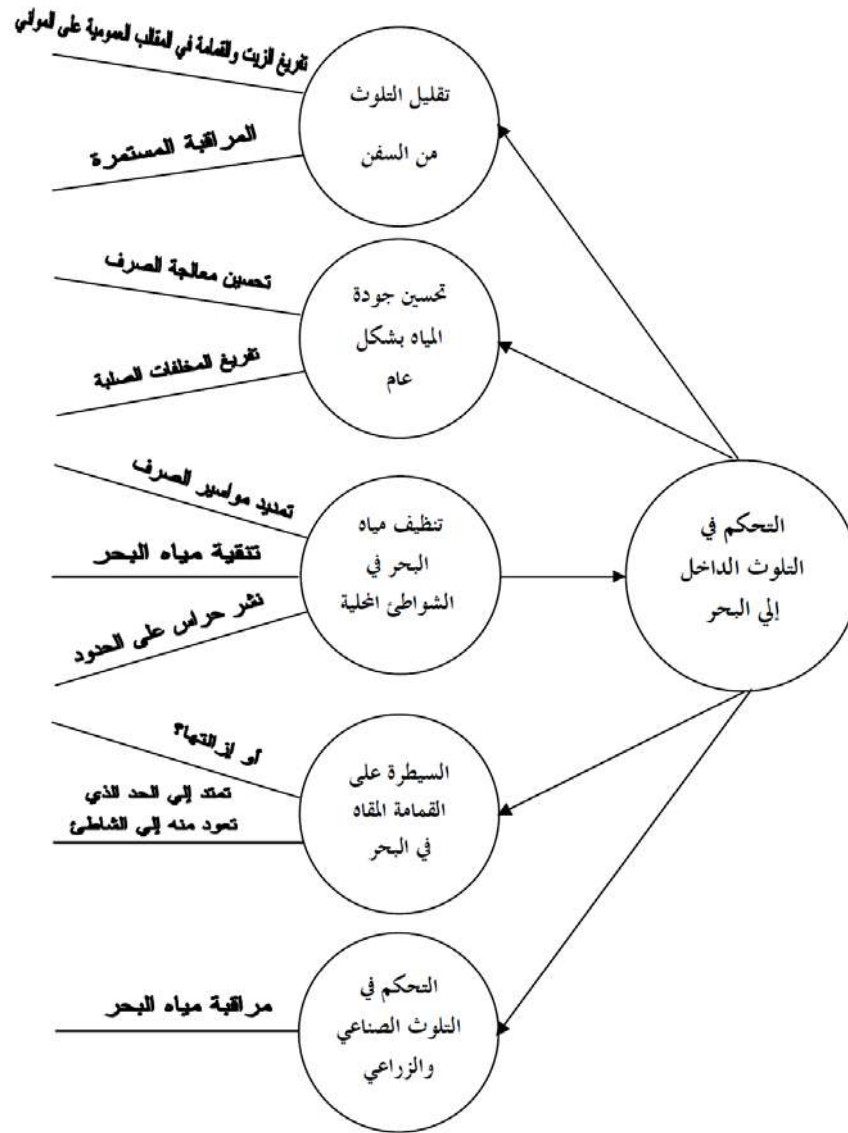
شكل (3-12) الخطوة الأولى لمروحة المفهوم

وربما تكون هذه الأفكار غير عملية، أو لا تقوم بالفعل بحل المشكلة. فإذا كان الأمر كذلك، ارجع خطوة للخلف لكي توسع من نطاق المشكلة التي تريد حلها. قم بذلك من خلال رسم دائرة إلى يمين الدائرة الأولى، وقم بكتابة تعريف أوسع في داخل هذه الدائرة الجديدة. اربط بسهم يوضح أنها منبثقة عن الدائرة الأولى.



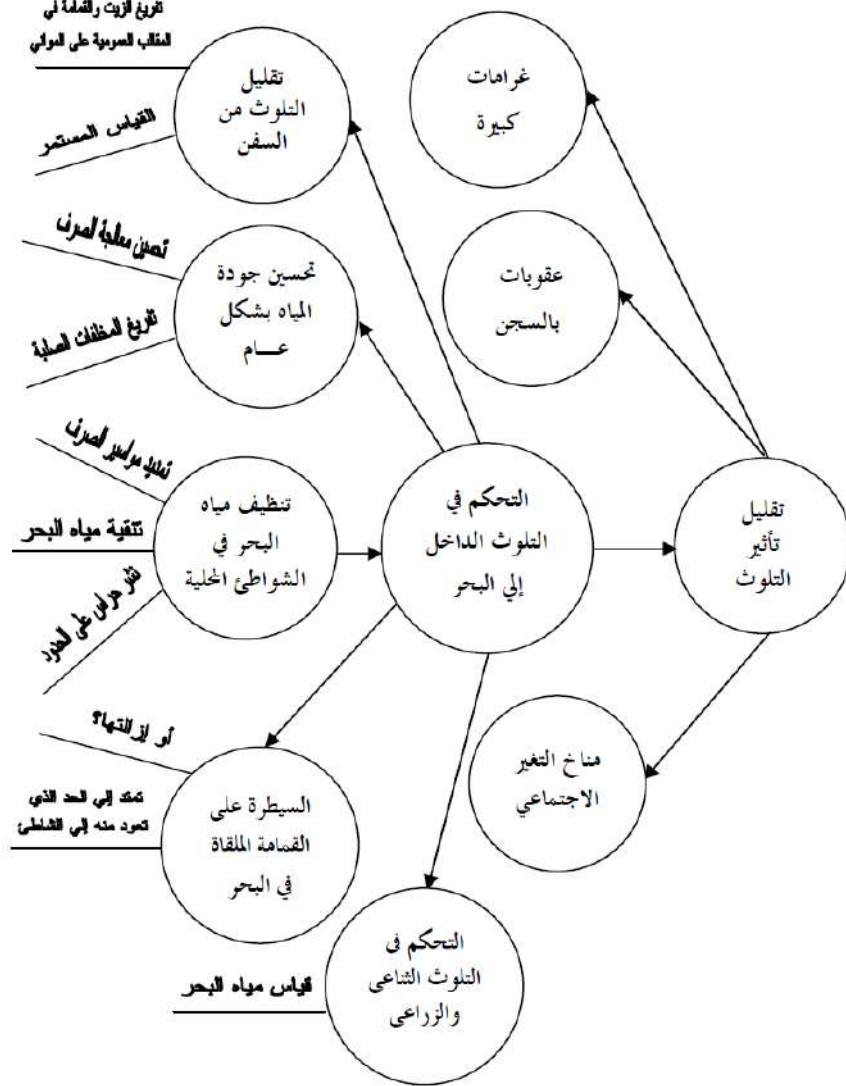
شكل (4-12): توسيع نطاق تعريف المشكلة من خلال مروحة المفهوم

استخدم النقاط الافتتاحية التالية من أجل التوصل إلى أفكار أخرى جديدة:



شكل (5-12) توليد الأفكار من تعريف أوسع للمشكلة

فإذا لم تحصل على الأفكار الجديدة من خلال ذلك من الممكن أن تعود خطوة أخرى للخلف (وأخرى وأخرى...)



شكل (6-12) مروحة المفهوم المتطورة: تم تطويرها بواسطة إدوارد دي بونو في كتاب

الإبداع المثير

ملخص

يعتبر هذا المفهوم مفيداً في توسيع نطاق البحث عن حلول فعالة للمشكلات عندما ترفض كل الحلول الواضحة، حيث إن هذا الأسلوب يوفر إطاراً تستطيع من خلاله أن تأخذ خطوة للخلف للحصول على رؤية أوضح للمشكلة القائمة. ولكي تستطيع أن تبدأ هذا الأسلوب، قم بكتابة المشكلة في داخل دائرة في منتصف ورقة، ثم اكتب كل الحلول الممكنة لهذه المشكلة على الخطوط الخارجة من الدائرة.

فإذا لم تروق لك أي فكرة، قم بإعادة تعريف المشكلة بصورة أوسع، ثم اكتب هذا التعريف الواسع المدى إلى يمين التعريف الأول. ارسم سهم من دائرة تعريف المشكلة الرئيسية إلى الأخرى الجديدة لكي تعي الارتباط بين المشكلات، ثم قم بتفريغ الحلول الممكنة للتعريف الواسع. قم بتوسيع وإعادة تعريف المشكلة حتى تصل إلى الحل المناسب والمجدي (Manktelow, 2005).

خلاصة وتعقيب

هذه، بعض أساليب تنمية التفكير الابداعي التي يمكن استخدامها من قبل القائمين على إدارة التغيير التنظيمي، بصرف النظر عن مستوياتهم الادارية، وطبقاً لأهدافهم. والمهم أن يعي كل القادة أن التفكير الإبداعي هو السبيل الأمثل لحل كافة المشكلات التي تواجههم في كل مراحل عملية إدارة التغيير التنظيمي، والتي تمكنهم من الوصول بها إلى غايتها المأمولة، وإحداث التحول المنشود الذي يحقق صالح كل من المنظمة والعاملين بها.

الفصل الرابع مهارات التواصل

الفصل الرابع^(*)

مهارات التواصل

مقدمة

يهدف هذا الفصل إلى مساعدتك على معرفة وفهم التواصل الفعال، وبالتالي كيف يمكنك أن تنقل رسالتك الاتصالية للآخرين بأكفاً ما يمكن، وكيف تتواصل مع الآخرين بفاعلية - أفراداً أو جماعات - سواء كان هذا التواصل لفظياً، أو غير لفظي عن طريق الكتابة، أو حتى عن طريق وسائل التواصل الالكترونية الحديثة كالبريد الالكتروني.

إن الهدف من أي عملية تواصل هو أن تنقل رسالة للآخرين. وبالتالي، فإن أي موقف تواصل يتضمن طرفين: مرسل ومستقبل، وفي كثير من الأحيان يحدث سوء إدراك أو سوء تفسير للرسالة الاتصالية، وهو ما يؤدي إلى الخلط وسوء الفهم المتبادل بين طرفي التواصل (المرسل والمستقبل).

فالرسالة الاتصالية لا تكون جيدة وناجحة إلا إذا فهمها طرفا التواصل وأدركها كل منهما بنفس الطريقة، أي أن يكون معناها واضحاً وثابتاً، ويفهمه المرسل والمستقبل بصورة متماثلة.

فلكي تكون رسالتك الاتصالية للآخر ناجحة وفعالة، يجب أن تكون قادرة على نقل أفكارك له بوضوح وبشكل محدد لا لبس فيه. أما إذا كانت تلك الرسالة عاجزة عن نقل أفكارك بوضوح، ولا تحدد تماماً ما تريد توصيله للآخر، فإنها تتحول في هذه الحالة إلى عقبة، وتؤدي إلى تدهور عملية التواصل برمتها، بل انهيارها.

لقد أشارت بعض الدراسات المسحية الحديثة التي أجريت على حوالي 50.000 موظف في عدد من الشركات إلى أن مهارات التواصل تعتبر أهم عامل يؤخذ في الاعتبار عند اختيار المديرين، وأن أهم ما يميز المدير الناجح هو قدرته على التواصل الفعال سواء لفظياً أو كتابياً، بالإضافة إلى قدرته على العمل الجماعي من خلال الفريق.

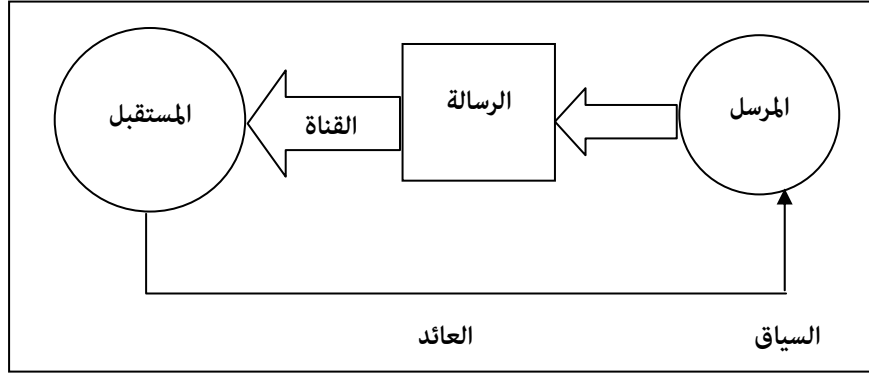
وعلى الرغم من الأهمية القصوى لمهارات التواصل كمحدد أساسي للقيام بالعمل بكفاءة، فإن الكثيرين من العاملين يفتقدون إلى تلك المهارات، بل

(*) يمثل الفصل ترجمة بتصرف لفصل مهارات التواصل من كتاب أدوات العقل لجيمس مانكتيلو (Manktelow, 2005).

ويتجاهلون، ولا يسعون إلى تنميتها، وسد تلك الثغرة التي تؤدي إلى انخفاض أدائهم بشكل ملحوظ، وتحرمهم من التقدم والترقي في أعمالهم. خلاصة القول: إن قدرتك على التواصل الفعال مع الآخرين - إرسال واستقبال - هي أهم المؤشرات الدالة على مدى استعدادك للتقدم والترقي في عملك.

أ - مهارات التواصل: أهمية إزاحة عوائق التواصل

من الممكن أن توجد عوائق التواصل الفعال في أي خطوة أو أي من مكونات عملية التواصل، وهي ستة مكونات: المرسل، والمستقبل، الرسالة، وقناة أو أسلوب توصيل الرسالة، والعائد، والسياس. فمن الممكن أن يحدث ارتباك في عملية التواصل برمتها، إذا حدث خطأ في أي من تلك المكونات الستة لعملية التواصل. وهو ما يوضحه الشكل التالي رقم (13-1):



شكل رقم (13-1)

المكونات الستة لعملية التواصل

ولكي تكون مرسلًا فعالًا وقادرًا على توصيل ما تريد إلى الآخرين بشكل واضح ومحدد، فيجب أن يكون هدفك خلال هذا التواصل هو التخلص مما يمكن أن يوجد من معوقات في أي من تلك المكونات الستة، أي أن تحرص على عدم وجود مشاكل في أي من تلك المكونات، يعوقك عن توصيل رسالتك بشكل كفاء. وهذا ما نوضحه فيما يلي:

- 1- المرسل: لكي تكون مرسلًا جيدًا، فلا بد أن يتوافر فيك شرط أساسي، وهو أن تتمتع بالمصداقية من وجهة نظر المستقبل. والمصداقية في مجال الأعمال التجارية تعني أن تكون خبيرًا فيما تتحدث فيه أو تريد توصيله للآخر. كذلك

يجب أن تعلم جيدا من الذى تتحدث معه (طبيعة المستقبل)، وكذلك السياق الذى تنقل فيه رسالتك. ومعرفتك لخصائص وظروف المتلقى (فردا كان أو جماعة) من أهم محدّدات نجاحك فى نقل رسالتك له بشكل صحيح.

2- الرسالة: الرسالة قد تكون مكتوبة أو شفوية لفظية أو غير لفظية. وأيا كان شكل الرسالة أو طبيعتها، فلا بد أن تكون واضحة، ومنظمة، وصادقة. وعليك أن تعرف ما الذى يجب أن تتضمنه رسالتك، وما الذى لا يجب أن تتضمنه. كذلك عليك أن تحرص على أن تتضمن رسالتك جانبين أساسيين: الجانب العقلى المعرفي، حيث إنها تخاطب عقل المرسل ومنطقه، والجانب الانفعالي، حيث التأثير على انفعالاته ودافعيته فى اتجاه جعلها إيجابية نحو الرسالة، وهو ما يزيد من قبول المتلقى لها.

3- قناة التواصل: من الممكن أن تبعث رسالتك (أى تقوم بالتواصل) من خلال الكثير من القنوات الاتصالية، فقد يكون تواسلا لفظيا مباشرا من خلال اللقاء وجها لوجه، أو عن طريق التليفون، أو عن طريق الدوائر التليفزيونية المغلقة (فيديو كونفرنس)، أو مكتوبة عن طريق الخطابات، أو البريد الالكتروني، أو عن طريق النشرات الدورية....الخ.

4- المتلقى: إذا كنت ترسل رسالتك إلى جمهور ما، فأنت تريد أن تؤثر تلك الرسالة على أفكار هؤلاء المتلقين وأفعالهم بالشكل الذى تتمناه، ولكن عليك أن تعلم- فى ذات الوقت - أن هؤلاء الآخرين أفكارهم ومشاعرهم التى سوف تؤثر كثيرا فى طريقة فهمهم وتفسيرهم لرسالتك. ولكى تكون قادرا على التواصل الفعال، فعليك أن تراعى خصائص وأفكار ومشاعر من تتواصل معهم، وأن تأخذ كل ذلك فى اعتبارك قبل إرسالك لرسالتك التواصلية معهم.

5- العائد: بعد أن تصل رسالتك للمتلقى، سوف تحصل على عائد ذلك، متمثلا فى ردود أفعال المتلقى على رسالتك، سواء اللفظية أو غير اللفظية. فاحرص على فهم هذا العائد، لأنه الأسلوب الوحيد الذى يمكنك من معرفة ما إذا كانت رسالتك قد وصلت للمتلقى، وفهمها أم لا.

6- سياق التواصل: يقصد بـسياق التواصل الموقف كله الذى تبعث فيه برسالتك ويستقبلها المتلقى. وهو يتضمن عوامل ومتغيرات عديدة، بدءا من الظروف والمتغيرات المكانية البيئية، وحتى الظروف والمتغيرات الثقافية المحيطة.

ب- إزالة عوائق التواصل من تلك الجوانب الستة

لكي تكون قادرا على نقل رسالتك للآخرين بفاعلية، فعليك أولاً أن تحدد بدقة ما يوجد من صعوبات وعوائق للتواصل في أي من تلك الجوانب التي تشملها العملية التواصلية. ولنبدأ بالرسالة، فلو كانت رسالتك طويلة جداً، أو غير منظمة، أو تحتوي على أخطاء، فعليك أن تتوقع أنها لن تكون مفهومة أو واضحة للمتلقى، وسوف يساء فهمها. وكذلك، فإذا كانت لغتك غامضة وغير محددة، فإن ذلك سيضعف من رسالتك.

أما صعوبات السياق فهي عادة ما تحدث بسبب أن المرسل يقوم بتقديم معلومات كثيرة (رسالة اتصالية طويلة) في زمن قليل، أو بسرعة شديدة. إن عليك - كمتحدث لجماعة - أن تراعى أهمية الوقت لمن تحدثهم، وأن لديهم مشغولياتهم ومهامهم المتعددة. كذلك عليك أن تفهم جيداً الخلفية الثقافية لمن تحدثهم، وأنت ربما تقدم رسالتك هذه إلى أفراد يتباينون في تلك الخلفية، وهو ما يجب أن تراعيه جيداً.

أولاً: التواصل في منظمتك

كيفية الاستخدام: لكي تضمن أن تتواصل بنجاح في منظمتك، فعليك أولاً أن تبدأ بمعرفة أسس التواصل الجيد: عليك أن تعرف طبيعة التواصل اللفظي والتواصل غير اللفظي. وعليك أن تعرف أن تلك الأشكال من التواصل تتغير باستمرار في مكان العمل، ويتم هذا التغيير في غالب الأحيان دون أي تخطيط مسبق.

(1) أهمية التواصل غير اللفظي

إن أثر ما تقوله للآخرين، وكيفية تأثيره عليهم، لا يتوقف فقط على مضمون ما تقوله (مضمون رسالتك)، بل يتوقف كذلك على "كيف" تقول ما تقول، وعلى حالتك الجسمية: نظرات عينيك وتعبيرات وجهك وإيماءاتك وكل حركات جسمك، أو ما نسميه بلغة الجسد، بل إن مظهرك العام ونبرة صوتك لهما تأثير شديد. فما ترتديه وأنت تتواصل مع مجموعة الجمهور، ربما لا يكون هو الملائم أن ترتديه وأنت تتواصل مع مجموعة أخرى. وهذا ينطبق أيضاً على نبرة صوتك ومستوى ارتفاعه أثناء التواصل، فكل تلك الجوانب غير اللفظية تؤثر بشدة في التواصل اللفظي. ومن ثم، فهي لابد أن تختلف من سياق تواصل لآخر، حتى تكون مناسبة له.

إن ما يصدر عنك من إشارات وإيماءات غير لفظية أثناء تواصلك اللفظي يحدد إلى درجة كبيرة مدى ما سوف يوليه لك الطرف الآخر من انتباه وتركيز

على ما تقول. وكذلك، فإن ما يصدر من الطرف الآخر (المتلقين) من تلك الإشارات والإيماءات غير اللفظية سوف يؤثر عليك بشدة أثناء تقديمك لرسالتك. وعليك أن تكون واعيا تماما بالفروق الثقافية فيما يتعلق بالجوانب غير اللفظية. وعلى سبيل المثال، فإن السلام باليد ربما يكون شائعا ومقبولا كسلوب للتحية في ثقافة ما، ولكنه ليس كذلك في ثقافة أخرى.

ومن أهم الجوانب غير اللفظية التي يجب عليك أن تراعيها أثناء تواصلك مع الآخرين، وتكون متأكدا أنها ثلاثم موقف التواصل هي: التواصل بالعين، وتعبيرات الوجه، وإيقاع الصوت، وحركات الجسم المختلفة، والمظهر الخارجي، والحيز المكاني (المدى المسموح لك بأن تقترب من الطرف الآخر جسديا)، فأى من تلك الجوانب يؤثر بشدة في فهم وتفسير رسائل التواصلية وكيف يستقبلها الآخر ويفهمها. وكذلك عليك أن تكون فاهما وواعيا لمعاني ودلالات تلك الجوانب غير اللفظية عندما تصدر عن الطرف الآخر الذي تتواصل معه، وماذا يقصد بكل منها.

ويعنى كل ذلك ضرورة أن تهين نفسك وتستعد مسبقا قبل أى لقاء - خاصة إذا كان مهما - وأن تكون على وعي بدلالة ومعنى كل ما يصدر عنك، وأيضا كل ما يرد إليك من الطرف الآخر، حتى لا يحدث أى سوء فهم أثناء التواصل بينك وبين الآخرين.

(2) أعط لكل أطراف موقف التواصل الوقت اللازم والكافي

إذا كنت مسئولا - أو مديرا - عن عمل ما في منظمك، فاحرص دائما على أن تخصص جزءا من وقتك - وبشكل ثابت ومنتظم - للقاء العاملين معك والتواصل معهم دائما. وأثناء تواصلك مع رؤسك أو زملاء عملك، احرص على أن يأخذ كل منهم وقته وفرصته كاملة في التعبير عن أفكاره، واعلم أن الاستماع - في كثير من الأحيان - يكون أكثر فائدة من الكلام، سواء في مواقف العمل أو في غيره من مواقف التواصل، فاحرص على أن تكون مستمعا جيدا في مواقف التواصل، وأعط للآخرين الوقت الكافي ليتواصلون بفاعلية، وينقلون أفكارهم، ويتلقون أفكار الآخرين.

(3) إثراء عملية التواصل

لكي يمكنك أن تثرى عملية التواصل التي تكون طرفا فيها، وتجعلها أكثر فائدة وتحقق أهدافها، فعليك أن تراعى ما يلي:

- أ - لما كانت الإشارات والإيماءات (وكل ما يصدر عنك من مؤشرات تواصل غير لفظي) تمارس دورا إيجابيا (تقوي وتزيد رسالتك اللفظية كفاءة) أو دورا سلبيا (تؤدي إلى الخلط والتشويش في رسالتك اللفظية)، فاحرص على مراعاة ذلك.
- ب- التواصل بالعين خطوة مهمة سواء في الإرسال أو استقبال الرسالة التواصلية. والتواصل بالعين يمكن أن يكون علامة مهمة على مدى الاهتمام والتقدير والاحترام، بل وعلى مدى مصداقية عملية التواصل.
- ج- كذلك الأمر بالنسبة لتعبيرات الوجه، فهي مرآة صادقة لاتجاهات الفرد وانفعالاته.
- د- المظهر العام متغير بالغ الأهمية. فمظهرك في عملك يعكس مدى احترامك لهذا العمل، ولمجموعة القيم الحاكمة لمنظمتك.
- هـ- احرص على الحيز المكاني الخاص، أو المسافة الفيزيائية بينك وبين الآخرين أثناء التواصل. لا تزاخمهم أو تقترب منهم جسميا بشكل غير مقبول.
- و- لا تحاول "التشويش" عليهم، أو تجعلهم يخرجون عن المسار الذي يريدون من خلاله أن يعبروا عن آرائهم وأفكارهم.

ثانيا: التواصل اللفظي

الوظيفة: التأكد من أن كلمتك واضحة ومفهومة.

كيفية الاستخدام: هناك عدد من الأشياء يجب عليك مراعاتها وأخذها في الاعتبار حتى تضمن أن رسالتك اللفظية واضحة ومفهومة لمن يتلقاها أو يستمع إليك. وهذه الأشياء هي:

- 1- احرص على أن يكون كلامك أو رسالتك اللفظية واضحة.
- 2- كن مستعدا، وجهز نفسك قبل اللقاء (قبل التواصل).
- 3- احرص على أن تكون الرسالة بسيطة وسهلة.
- 4- كن محايدا.
- 5- احرص على أن تكون الرسالة مختصرة.

والواقع أن الكثيرين لا يلتفتون لأهمية عنصر الاستعداد بالنسبة لنجاح التواصل اللفظي، ولا يدركون ضرورة وأهمية أن يعد الفرد نفسه جيدا قبل إجراء هذا التواصل، وأن ذلك أحد أهم محددات نجاح عملية التواصل.

ويتضمن الاستعداد للتواصل أو الحوار أو مقابلة الآخرين عدداً من المكونات، أولها التحديد الدقيق لموعد اللقاء ومدته، ثم على الفرد أن يتأكد من عدم وجود

مشاكل في أي من الجوانب الستة لعملية التواصل التي سيقوم بها، وأنه لا يوجد ما يمكن أن يسبب له مشكلة في أي من تلك الجوانب. فإذا تأكد - مسبقاً - أن كل شيء على ما يرام، فسوف يضمن أن موقف التواصل سوف يتم بشكل فعال.

وبالطبع، فليس في إمكانك أن تجعل كل لقاءاتك أو تواصلك مع الآخرين، محددة سلفاً، وفق جدول أو مواعيد مسبقة. وفي مثل حالات التواصل المفاجئ أو غير المتفق عليه سلفاً، فإن الاستعداد له (الاستعداد لهذا التواصل) يعنى أن تحاول بقدر الإمكان أن تعرف كل ما يتعلق بهذا الزائر أو الضيف الذي حضر فجأةً إلى مكتبك لمقابلتك. حاول أن تعرف - وبأقصى سرعة ودقة - كل ما يمكنك معرفته عنه، وعن سبب حضوره، ليتمكنك أن تتواصل معه بأكفاً شكل ممكن.

كيف تكون مستعداً للتواصل: إرشادات تساعدك على ذلك

القاعدة العامة التي إذا اتبعتها قبل إجرائك لأي تواصل، فإنك ستجد نفسك قادراً على إجراء تواصل فعال، وهى:

اسأل نفسك: من؟ وماذا؟ وكيف؟ ومتى؟ وأين؟ ولماذا؟.

مع من سوف أتواصل، وما اهتماماته (أو اهتماماتهم)، ومواقفهم المبدئية، وقيمهم؟ وما أوجه التشابه بينى وبينهم أو ما هو مشترك بيننا، وما أوجه الاختلاف. هذا عن "من" أو مع من سوف أتواصل.

أما عن السؤال الثانى "لماذا"، فعليك أن تسأل نفسك: ما الذى أريد أن أتواصل فيه أو بشأنه؟ وما المحركات التى سوف اعتمد عليها فى تقييم مدى نجاحى فى هذا التواصل؟ ومتى وكيف اعتبر نفسى قد حققت النجاح المنشود من هذه التواصل.

أما بالنسبة "لكيف"، فاسأل نفسك الأسئلة التالية: كيف يمكنك نقل رسالتك بأكفاً ما يكون؟. فاللغة - الكلمات - لها أهمية لا تقل عن أهمية الجوانب غير اللفظية، وبالتالى عليك أن تختار الكلمات التى تتناسب مع مستمعك أو الطرف الآخر فى التواصل. وعليك أن تخطط لكيف سيكون حديثك أو محاضرتك، ماذا ستقول فى البداية وكيف، وفى منتصف المحاضرة أو الحديث، وكيف، وفى النهاية، وكيف؟. وإذا كان لديك من الوقت ما يسمح لك بإعداد معينات سمعية - بصرية لتستخدمها فى تواصلك مع الآخرين، فقم بعمل ذلك.

أما بخصوص "متى"، فإن عامل الزمن مهم جداً فى العملية التواصلية، واحرص على أن يكون لديك حس بالوقت. واعلم أن هناك وقتاً تتكلم أنت فيه، ووقتاً للآخرين ليتكلموا فيه. واعلم أن الاستماع الجيد مهم للعملية التواصلية، وأفيد فى تحقيق نتائجها من الحديث السئ أو غير الملائم.

أما عن "أين": فعليك أن تعرف أن السياق الفيزيقي أو المكان الذي يتم فيه التواصل، يعتبر أحد العناصر المهمة لنجاح هذا التواصل. وبالتالي فعليك - قبل إلقاء محاضرتك أو عقد لقاءك - أن تزور أو تتعرف على المكان (القاعة أو الحجرة) التي ستشهد ذلك. راجع مدى مناسبتها لذلك.... ترتيب القاعة.... عدد المقاعد.... تجهيزها لاستخدام ما قد تستخدمه من معينات سمعية أو بصرية.

وأخيرا، فإن "لماذا" تعنى أنك لكي تحول من حضروا للاستماع إليك من مجرد "مستمعين" إلى "منصتين جيدين"، فيجب عليك أن تسأل نفسك: لماذا جاءوا لكي يستمعوا إلي؟ وإذا لم تكن إجابة هذا السؤال واضحة لك، فاسألهم.

يجب أن يكون واضحا بالنسبة لك هدف هذا التواصل، سواء بالنسبة لك، أو بالنسبة للطرف الآخر (المتلقين)، ففي ضوء ذلك - الهدف من التواصل لك وللمتلقي - سوف يتم الحكم على أهمية أو فائدة ما تقول.

ويمكننا اختصار كل ما سبق في: كن دقيقا محددا، واختصر ولا تطيل، واستخدم الكلمات والجمل القصيرة. واعتمد على ضرب الأمثلة البسيطة والواضحة - كلما أمكن - لتدعم وتؤيد ما تقول، وتجعل رسالتك أكثر وضوحا وفهما للمتلقين.

ثالثا: التواصل كتابة

الوظيفة: لا تكتب إلا ما تعرفه وتفهمه جيدا.

كيفية الاستخدام: يكون التواصل كتابة في بعض الأحيان هو أنسب أساليب التواصل، بل ربما يكون هو الأسلوب الوحيد المتاح لنقل رسالتك الاتصالية.

(1) اكتب بحرص وحذر

عليك أن تعرف أن ما يتم كتابته - وإرساله كرسالة اتصالية للآخر - لا يمكن بعد ذلك تغييره. وبالتالي، فالأخطاء التي تحدث عند التواصل، كتابة يصعب تداركها أو تعديلها بالمقارنة بالتواصل اللفظي. وقد تحدث مشكلة كبيرة في التواصل كتابة نتيجة خطأ في حروف كلمة معينة، أو في قواعد النحو، أو في استعمال النقاط والفواصل. بل إن غلط الكتابة (البنط والشكل....الخ) يؤثر في العملية التواصلية عن طريق الكتابة.

ولحسن الحظ، فلدينا الآن من الوسائل التكنولوجية ما يجعل الكتابة الصحيحة - لغويا ومن ناحية القواعد النحوية....الخ - أسهل كثيرا من ذي قبل. وهناك وسائل تكنولوجية لمراجعة الكتابة، والتأكد من صحتها إملايا ونحويا. ولكن نحذر

من الاعتماد التام على تلك الرسائل، بل لابد من مراجعتك وتأكيدك من صحة وسلامة ما تم كتابته.

(2) أهمية أسلوب الكتابة

عند كتابتك لرسالة تواصلية معينة عليك أن تراعى:

- أ - تجنب استخدام الألفاظ النابية، أو التي تحمل معنى سلبيا، أو غير مقبول.
- ب- لا تستخدم المختصرات (كان تقول الفاو مثلا لتعنى منظمة الزراعة والغذاء العالمية)، إلا إذا كان ذلك ضروريا أو مفهوما تماما للمتلقى.
- ج- لا تستخدم الرموز (مثل &).
- د- ما يوضع بين الأقواس هو الكلمات أو التعابير قليلة الأهمية في الرسالة.
- هـ- الشرط أو القواطع (-) عادة ما تستخدم للتأكيد (يعنى ما نضعه بين شرطين هو ما نريد التأكيد عليه).
- و- كن حذرا جدا وأن تكتب أسماء الأفراد أو الشركات، وتأكد أنها صحيحة.
- ز- من 1-10 يتم كتابتها بالكلمات (واحد - ثلاثة - تسعة - ...الخ). أما الأرقام من 10 فأكثر فيتم كتابتها بشكلها العددي (10-95-16.... الخ).
- ح- يتم وضع أسماء المنشورات، وما تستشهد به من مقالة أخرى، أو أى مصدر آخر، بين قوسين.
- ك- استخدم الجمل القصيرة والبسيطة.

(3) اعتبارات مهمة عند كتابتك للخطابات

من الأفضل أن تحدد دائما وبوضوح اسم المرسل إليه (أى لا تكتفى باسم المنظمة أو القسم الذى يعمل فيه)، وأبدأ خطابك باسم الفرد الذى سترسله إليه، واختتم الخطاب بخاتمة أو نهاية ودية مثل: "المخلص لك". أما إذا كان الخطاب غير شخصي، عندما لا توجد علاقة قوية بينك وبين المرسل إليه، فاختتم الخطاب بصيغة عامة (غير شخصية أو غير ودية بدرجة كبيرة) مثل:- "مع تمنياتي الطيبة"؟

أما بالنسبة لخطابات العمل والخطابات الرسمية، فيجب أن يبدأ الخطاب بملخص عام للموضوع. وتوضح في الفقرة الأولى السبب أو العلاقة بين موضوع الخطاب والشخص الذى ترسله إليه، فليس من المستحسن أن يسأل قارئ الخطاب نفسه بعد قراءته له: "وما علاقتى بهذا الموضوع؟ أو لماذا أرسلوا لى هذا

الخطاب؟". ويجب أن توضح في البداية العلاقة بين الموضوع - محل الخطاب - والمرسل إليه.

وبالنسبة لمضمون الخطاب نفسه أو "جوهر" الخطاب، فيجب أن يتضمن كل المعلومات الضرورية الخاصة بالموضوع، سواء السابقة أو الحالية، أي يتضمن إحاطة شاملة بالموضوع، واحرص على أن تعرض المعلومات متتابعة زمنياً وبشكل منطقي، واحرص على إبراز أهم النقاط التي تود التأكيد عليها.

(4) التأكد من فاعلية وكفاءة الخطاب

بعد انتهائك من كتابة أي خطاب - خاصة في مجال العمل - لابد من مراجعته أكثر من مرة، وتأكد من أن كل ما تريد أن تقوله تمت كتابته، وأنه لا توجد أخطاء، سواء في المعلومات، أو في الأسماء المكتوبة.

واستخدم جهاز الحاسوب لمراجعة صحة كتابة الكلمات، وصحة القواعد النحوية. وأعطى اهتماماً أكثر للكلمات أو الجمل ذات الأهمية الخاصة في الخطاب. ولا تعتمد تماماً (100%) على الحاسوب فقط في هذا الشأن، بل راجع بنفسك مرة أخرى.

وفي مراجعتك النهائية، تأكد أن الخطاب واضح ومحدد. واسأل نفسك الأسئلة التالية: هل في الخطاب أي شيء أو أي معلومة يمكن أن يُساء فهمها، أو يفهمها المتلقى على نحو غير الذي أقصده؟. هل الخطاب يمكن أن يُثير أسئلة في ذهن المتلقى لا يجد الإجابة عنها. وبالتالي لا يؤدي الخطاب هدفه إلا إذا تضمن إجابات عن مثل هذه الأسئلة؟. هل مضمون الخطاب يعكس تماماً جوهر الموضوع الذي أريد توصيله للطرف الآخر؟.

وعليك أن تلاحظ أنه كلما كان الاختصار ممكناً كان ذلك أكفأ. فإذا كان ما تريد أن تقوله يمكن أن تقوله في عشر كلمات، فلا داعي - إذن - لأن تقوله في عشرين كلمة. فليس في مصلحتك أن يأخذ الخطاب وقتاً طويلاً من المتلقى لقراءته، خاصة إذا كان به إسهاب، أو كان به ما يمكن حذفه.

وتأكد كذلك من أن خطابك يتسم بالتنظيم، بحيث تقود كل فكرة (كل فقرة) إلى التالية لها، وبشكل منطقي. وتأكد من سهولة العبارات ووضوحها، وأنها تحمل المعنى الذي تريد توصيله. واستخدم الوثائق والأرقام الموثقة كلما كان ذلك مهماً. وتجنب تماماً استخدام أرقام أو معلومات ليست في صميم الموضوع. وأخيراً أكد في نهاية الخطاب ما تريد أو تتوقعه من المرسل إليه، كأن تؤكد أنك "في انتظار رده" أو

في انتظار مكالمة هاتفية منه، أو في انتظار زيارته لك ... الخ. ولا تنسى أن تذكر - وبوضوح وبدقة - عنوانك البريدى الذى تأتيك عليه المراسلات المكتوبة.

رابعاً: التواصل بالبريد الإلكتروني

الوظيفة: التواصل بكفاءة في هذا العصر....العصر الإلكتروني.

كيفية الاستخدام: تماماً كما هو الحال في الرسائل المكتوبة، فإن الرسالة الإلكترونية يجب أن تكون واضحة ومحددة، ويجب أن تكون الجمل المستخدمة قصيرة، وفي صميم الموضوع.

وتبدأ عملية التواصل بالبريد الإلكتروني بأن تستخدم العنوان الإلكتروني للمرسل إليه، ثم تبعث برسالتك، وعليك أن تراعى أن البريد الإلكتروني للشخص الذى ترأسله لا يقدم إلا ملخصاً للرسالة التى تصل إليه، ولا يسمح إلا بعدد كلمات قليلة. ولأن كل شخص تصله الكثير من "الرسائل الإلكترونية" غير المهمة أو التى لا يحتاجها، فإن الاستخدام الصحيح للبريد الشخصى (للمرسل إليه) يزيد من فرص وصول رسالتك له وقراءته لها، وأنها لن تهمل أو يؤجل الرد عليها. ولأن البريد الإلكتروني يتضمن التاريخ والوقت الذى تم فيه استقبال الرسالة، فلا داعى - إذن - لأن تكتب أو تذكر ذلك في رسالتك الإلكترونية.

والقاعدة العامة أن كتابة الرسالة الإلكترونية يجب أن تخضع لنفس الاعتبارات التى ذكرناها بخصوص رسائل العمل الرسمية المكتوبة بطريقة عادية، من حيث الوضوح، والإيجاز، وأن تذكر الغرض من الرسالة في أول فقرة منها، أما "جوهر" أو باقى الرسالة، فتتضمن جميع المعلومات وثيقة الصلة بالموضوع محل التواصل. وأيضاً عليك أن تحدد - وبوضوح - للمتلقى ما تنتظره أو تتوقعه منه، وتأكد أنك ذكرت كل المعلومات التى تسهل له الاتصال بك أو الرد عليك (اسمك - هاتفك - الفاكس الخاص بك - بريدك الإلكتروني). وإذا كان لديك بريد الكتروني آخر - غير الذى أرسلت منه - فاذكره أيضاً للمتلقى.

وإذا كنت من المتعمدين في تواصلهم بشكل كبير على البريد الإلكتروني، فاحرص على مراجعة بريدك وتفريغه وتنظيفه مرة كل يوم على الأقل، باستثناء أيام العطلات الأسبوعية والإجازات الرسمية، واحرص على الرد على ما يصلك من رسائل الكترونية بانتظام. فهذا مؤشر على اللياقة والكياسة، بالإضافة إلى أن ذلك سيجعل الآخرون يردون على رسائلك ولا يتجاهلونها.

خامساً: إجراء المقابلات بشكل فعال

المقابلات إحدى أهم وسائل توليد وتبادل الأفكار، وإدارة نشاط أى جماعة. وبالطبع، فإن هذه النوع من التواصل المباشر وجها لوجه (المقابلات) قد يفشل أو لا يحقق نتائجه المرجوة إذا لم نحسن الاستعداد له جيداً.

(1) أهمية الاستعداد للمقابلة أو الاجتماع

البداية الصحيحة لأى مقابلة أو اجتماع، هى التنظيم الزمنى الجيد لذلك، فيجب بداية ألا يتم ذلك على وجه السرعة أو بدون أن يكون لدى كل المشاركين فكرة مسبقة، ولدى كل منهم الوقت الكافى لتجهيز نفسه وإعداد ما يلزمه لعقد هذا الاجتماع أو المقابلة. لابد - إذن - من أن تعطى المشاركين معك الوقت الكافى للاستعداد لموضوع الاجتماع.

وبعد تحديد زمن ومكان الاجتماع، درب نفسك على أن تكون مستعداً للإجابة عن أى سؤال - بخصوص موضوع الاجتماع - يمكن أن يسأله أحد المشاركين. وإذا كنت رئيس هذا الاجتماع أو المسئول عنه، فضع "أجندة" له، أى حدد النقاط التى سيتم مناقشتها، والملاحظات أو النقاط المتعلقة بها. وحدد بدقة الهدف المنشود من هذا اللقاء، واجعل المشاركين على علم تام بذلك، حتى يأتى الجميع، ولدى كل منهم فكرة تامة عن الهدف، وبالتالي يعد كل منهم نفسه - قبل الاجتماع - بالطريقة التى تساعد على تحقيق هذا الهدف.

والواقع أن نجاح أى اجتماع مرهون بما يملكه ويستخدمه رئيس هذا الاجتماع من مهارات قيادية. ولكى يضمن القائد أن الاجتماع سوف ينجح، فعليه أن يراعى ما يلى:

- أ - إعداد جدول عمل بكل ما سوف يتضمنه الاجتماع.
- ب - احرص على أن يسير الاجتماع بمعدل مريح ومعقول، أى لا سرعة (أو تعجل) ولا بطء شديد (استرسال وتفصيل لا مبرر لها).
- ج - بعد كل جزء أو نقطة أساسية، لخص ما دار حولها من مناقشات وما اتخذ بشأنها من توصيات، وذلك قبل الانتقال إلى الجزء التالى من الاجتماع.
- د - وزع محضر الجلسة وما تم فيها على كل الأعضاء المشاركين، بحيث يكون الجميع على علم تام بما تم التوصل إليه.

ورغم أن النقاط الأربع السابقة هى أهم محددات نجاح الاجتماعات أو المقابلات، إلا أن هناك متغيرات أخرى يجب أيضاً أخذها فى الاعتبار مثل

إدارة الاجتماعات، وإعداد محاضر تلك الاجتماعات، وذلك على النحو الذى سيلي عرضه:

(2) إدارة الاجتماع

أحد أهم أسباب نجاح أى اجتماع، هو اختيار الأفراد المناسبين لهذا الاجتماع، أولئك القادرين على طرح الأفكار والمساهمة فى اتخاذ قرارات فعالة، وحل المشكلات المتعلقة بموضوع الاجتماع. واحرص على ألا يزيد عدد أفراد الاجتماع عن 12 فردا، وتأكد أنهم هم أصحاب الشأن، أو أنهم المسئولون عن البنود التى سيتم مناقشتها فى الاجتماع.

وإذا كنت قائد الاجتماع، فاحرص على أن يأخذ كل مشارك وقته فى التعبير عن أفكاره، وأن الآخرين يستمعون له جيدا، وأنه لا يوجد شخص واحد - أو تكتل من عدد من الأفراد - يريد السيطرة على مسار المناقشات أو يوجهها وجهة معينة، بل الجميع يشارك بنفس القدر وفى صميم موضوع المناقشة، وبهدف تحقيق الهدف المنشود. واحرص على ألا تحدث "مناقشات ساخنة" أو مشاحنات بين الأفراد.

وبعد انتهاء مناقشة بند ما من بنود الاجتماع، أوقف المناقشة، ولخص ما حدث، ثم انتقل إلى البند التالى. وعندما تنتهى من مناقشة بند معين أو يتم حل مشكلة ما، ووافق الجميع على ذلك، وضح للجميع واذكر اسم صاحب هذا الاقتراح أو الحل، أو اسم المسئول عن تنفيذ ما اتفق عليه من حل للمشكلة، واذكر - ملخصا - مرة أخرى هذا الذى تم الاتفاق عليه، ودون ذلك فى محضر الاجتماع.

(3) إعداد محاضر الاجتماعات، وكيفية تداولها

محضر الاجتماع هو الذى يتم فيه تسجيل ما تم اتخاذه من قرارات، وما تم الاتفاق عليه من إجراءات. فهو التسجيل الحى لوقائع أى اجتماع، ووثيقة رسمية يمكن الرجوع إليها، ويمكن أن تحدد لنا ما يجب أن نفعله فى الاجتماع القادم. وبالتالى، فهى وثيقة تكشف لنا عما نحققه من تقدم فى مباشرة أعمالنا الرسمية، ومن ثم فهى إحدى أهم أدوات تحقيق "الشفافية".

وتتوقف طبيعة محضر الجلسة، وما يدون فيه على عدد من الظروف والعوامل. فمثلا فى مواقف الاجتماعات المهمة والحساسة، وحيث يكون تدوين كل شىء أمراً بالغ الأهمية، فإننا نكون هنا فى حاجة إلى محضر جلسة تفصيلى جدا. أما فى الأمور العادية، فيكون المحضر بسيطا ومركزا على ما تم اتخاذه من

قرارات أو إجراءات تنفيذية، مع التحديد الدقيق للشخص - أو الأشخاص - المسئول عن ذلك.

المهم هو أن المحضر يجب أن يتضمن أهم المعلومات أو ما تم من أحداث، ويتوقف طوله أو قصره على طبيعة الموضوع محل الاجتماع. ومن المفضل ألا يتم تحرير محضر الجلسة بهد انتهائها مدة طويلة. فالأحسن أن يتم ذلك قبل مرور 24 ساعة من انتهاء الاجتماع، والأحسن أن يتم تحريره في نفس يوم انتهاء الاجتماع، أو بعد الانتهاء مباشرة.

سادساً: التفاوض وفق مبدأ المنفعة (نفع واستنفع)

الوظيفة: تساعدك مهارات التفاوض على كفاءة التعامل مع المواقف التي تشهد تعارضا في الآراء والرغبات بينك وبين طرف آخر أو أكثر. والهدف من أى عملية تفاوض هو استكشاف المواقف المختلفة، بهدف الوصول إلى حل يرضى جميع الأطراف.

وللتفاوض أشكال مختلفة، يحكمها ظروف وملابسات لقائك بالطرف الآخر في التفاوض، وعلاقتك السابقة والمتوقعة مستقبلا به، وموضوع التفاوض نفسه. فأنت مثلا عندما تتفاوض مع أى شخص فى أى موضوع، وكنت تعلم أنك لن ترى هذا الفرد بعد ذلك، أو أنك لست فى حاجة إليه مستقبلا، فسوف تسعى - عند تفاوضك معه - إلى الكسب بأى طريقة. سيكون الكسب هو هدفك الأول والوحيد من هذا التفاوض. ويلجأ الكثير من الناس إلى إتباع هذا النوع من التفاوض (تفاوض من أجل تحقيق أكبر مكسب ممكن بصرف النظر عن أية اعتبارات أخرى) فى عمليات البيع والشراء (بيع أو شراء سيارة أو منزل مثلا لشخص لا تتوقع أن تظل بينك وبينه علاقة مستقبلية).

وأحيانا قد يلجأ البعض عند التفاوض على عقد صفقات كبرى إلى اللجوء إلى التدليس أو تقديم معلومات غير صحيحة....الخ، المهم أن يفوزوا بتلك الصفقة حتى ولو لجأوا أثناء التفاوض إلى الحيل غير الأخلاقية أو استخدام أساليب مريبة.

والواقع أن كلا نمطى التفاوض السابق الإشارة إليهما (اخطف واجرى، أو الاعتماد على التدليس والأساليب المريبة) خاطيء، وأضراره أكثر من منافعه، حيث يولد العداوة ويجعل الطرف الآخر يسعى بعد ذلك - وبكل الطرق - إلى الانتقام والأخذ بالثأر. بالإضافة إلى أن من يعتمد على مثل تلك الأساليب فى التفاوض، سوف يخسر فى المستقبل بلا شك، لأن سمعته سوف تسوء، ويرفض

الجميع التعامل معه لأنه سوف يفقد مصداقيته وأمانته لدى الآخرين. فالمتلاعب - أثناء التفاوض - قد يكسب مرة أو عدد من المرات، ولكن خسارته في النهاية أكيدة. إن مصلحة الجميع أن تكون الأمانة والوضوح والشفافية هي الحاكمة لأي تفاوض بينهم، ففي ذلك مصلحة ومكسب للجميع.

(1) الاستعداد للتفاوض الناجح

إن مدى أو درجة الاستعداد للتفاوض، تتوقف على مدى أو درجة الخلاف بين طرفي - أو أطراف - التفاوض. فكلما كان الخلاف كبيراً، لزم استعداد كبير، لكي تنجح المفاوضات.

وبالنسبة للتفاوض بشأن موضوعات بسيطة أو خلافات غير جوهرية، فإن الاستعدادات الكبرى هنا تؤق بنتيجة عكسية، فهي - بداية - لا مبرر لها، وكذلك فإنها تستنفذ وقتاً وجهداً كبيراً كان من الأولى أن يستخدم في شيء آخر. كذلك ففي مثل تلك الحالات (الخلاف أو النزاع البسيط)، فإنه إذا تبين أن أحد طرفيه يستعد للتفاوض بشأن ذلك استعداداً كبيراً، فإن الطرف الآخر سوف يفسر ذلك على أن في الأمر خدعة؛ أو أن هذا الطرف يهدف إلى إضعاف موقفه أو الكسب على حسابي، وإلا ما المبرر لما يقوم به من استعدادات قوية للتفاوض حول موضوع بسيط أو أن الخلاف فيه بسيط. إذن لا تستعد - بصورة مبالغ فيها - لتفاوض الخلاف فيه بسيط.

أما بالنسبة للتفاوض بشأن موضوعات مهمة أو عندما نكون بصدد وجود تباين كبير في المصالح ووجهات النظر، فهنا لابد من الاستعداد الجيد للتفاوض، حتى يمكن أن ننجح ونصل إلى حل يقبله الطرفان أو أطراف التفاوض.

والاستعداد الجيد لمثل هذا التفاوض يستلزم الأخذ في الاعتبار والتفكير بهدوء وعمق في النقاط التالية، وذلك قبل بدء التفاوض:

أ - الأهداف: ما أهدافك من هذا التفاوض، أو ما الذي تريد تحقيقه أو الوصول إليه؟ وما توقعاتك أو تقديراتك لأهداف ومطالب الطرف الآخر، أو ما الذي يريده الطرف الآخر؟.

ب- سقف التنازلات: إلى أي درجة يمكنك - أثناء التفاوض - أن تخفض من سقف طلباتك وأهدافك [الخط القاعدي أو الخط الأحمر الذي لا يمكنك أن تتنازل بعده أو أقل منه]، وتقديرك وتوقعاتك لهذا بالنسبة للطرف الآخر؟.

ج- البدائل أو الاختيارات المتاحة: إذا لم تستطع الوصول إلى اتفاق مع الطرف الآخر، فما البدائل الأخرى المتاحة لك؟ وهل هى جيدة أم سيئة؟ وإلى أى مدى يعتبر عدم وصولك إلى اتفاق أمر يسبب لك الخسائر أو المشاكل؟ وهل فشل التفاوض - الذى سيتم هذه المرة - يعنى أن الباب قد أغلق تماما وأن ذلك كان آخر فرصة للتفاوض، أم من الممكن أن تتفاوض مرة أخرى؟. وأيضا تقديرك أو توقعك لإجابات الطرف الآخر الذى سوف تفاوضه، عند هذه الأسئلة.

د- علاقتك بالطرف الآخر: ما طبيعة العلاقة بينكما؟ وما تاريخها؟ هل هناك أمور سابقة (في تاريخ علاقتكما) يمكن أن تؤثر على التفاوض الحال؟ وهل هناك أمور سرية يمكن أن تؤثر على تلك المفاوضات؟ وكيف يمكنك أن تتعامل معها وتحد من تأثيرها السلبي إذا كانت موجودة؟.

ج- الناتج أو العائد المتوقع: ما المتوقع من تلك المفاوضات، سواء بالنسبة لك، أو بالنسبة للطرف الآخر، أو بالنسبة للآخرين المتابعين لها؟ وما الذى سبق وأن تم تحقيقه أو الوصول إليه من مفاوضات سابقة مماثلة لتلك المفاوضات التى ستقوم بها؟

و- الآثار أو المترتبات بعيدة المدى: ما الذى سوف يترتب على نجاح أو فشل تلك المفاوضات من مترتبات وآثار مستقبلية طويلة المدى، سواء بالنسبة لك، أو بالنسبة للطرف الآخر؟

ز- القوة: ما قوة طرفي - أو أطراف - التفاوض؟ من الأكثر امتلاكاً لأوراق ضغط؟ من الذى سيخسر أكثر إذا فشلت المفاوضات؟ ما الذى يملكه الطرف الآخر ويستطيع من خلاله فرض رأيه؟

و- الحلول الممكنة: فى ضوء الإجابة عن الأسئلة التى تم طرحها فى الجوانب السبعة السابقة، يمكنك أن تحدد بدقة ما يمكن أن تصل إليه من تسوية، وكيف تسلك فى كل مراحل تلك المفاوضات، ذلك لأن الصورة واضحة أمامك، وأصبحت على دراية لا بأس بها بأبعاد العملية التفاوضية، سواء لك أو للطرف الآخر.

(2) نمط التفاوض وأهميته

إن أحسن وأكفأ صور التفاوض، هو التفاوض الهادف إلى المنفعة المتبادلة، حيث لا كاسب تماماً وخاسر تماماً، بل الوصول إلى تسوية وسط، تتم من خلال

تنازلات متبادلة متكافئة، وتؤدي - في ذات الوقت - إلى تحقيق كل أطراف التفاوض لمقايير متكافئة من المكاسب وتحقيق الأهداف.

إن هذا النمط من التفاوض هو الذى يؤدي إلى استمرار ونمو علاقات العمل، حيث يتميز بوجود مشاعر ود واتجاهات إيجابية لدى كل طرف تجاه الطرف الآخر وتجاه عملية التفاوض ذاتها، وكذلك لا يوجد تكلف في الانفعالات المتبادلة، ولا محاولات للغش أو الخداع أو التدليس، لأن ما يحكم هذا النمط من التفاوض هو المنطق والأمور الواضحة. فلا يظهر أى من طرفي التفاوض غير ما يبطن، ولا يعتمد على الأساليب الملتوية أو المراوغة والخداع، وأيضا يقل دور المشاعر والانفعالات أمام الدور المتزايد للعقل والتفكير المنطقي.

ورغم غلبة المنطق على الانفعالات في هذا النمط من التفاوض القائم على أسس المنفعة المتبادلة، فإنه لا يجب أن نهمل الجانب الانفعالي تماما، بل على كل طرف من أطراف التفاوض أن يبدي احترامه وتقديره لمشاعر الآخر. لأن ذلك يزيد من حجم الرضا المتبادل. المهم أن يتم ذلك في الوقت المناسب والشكل المناسب، بحيث لا يطغى على جوهر ومضمون وأهداف عملية التفاوض.

(3) التفاوض بنجاح

إن موقف التفاوض في حد ذاته هو موقف استكشافي، حيث تستكشف موقفك، وكذلك موقف الطرف الآخر، بهدف الوصول إلى رضا واتفاق متبادل، أى إلى تسوية تحقق للطرفين أكبر قدر ممكن من المكاسب أو تحقق لكل منهما أكبر قدر ممكن من أهدافه.

من الشائع القول إن مواقف وأراء وحاجات الناس غالبا ما تكون مختلفة أو متباينة تماما، بحيث لا يمكن تحقيق تقارب بينهما- وهذا غير صحيح على الإطلاق، حتى لو بدت لك الأمور هكذا في البداية. فالتطبيع أن تظهر الأطراف - في بداية التفاوض - قدرا كبيرا من التشدد والتمسك بمواقفهم، إلا أنهم في قرارة أنفسهم مستعدين للتنازل وتغيير تلك المواقف، إذا ما تبين لهم أن الطرف الآخر على استعداد هو أيضا لذلك.

إنك سوف تكتشف عندما يتم التفاوض بشكل ملائم منطلقا من مبدأ المنفعة المتبادلة ودون رغبة من أى طرف بأن يكسب هو كل شيء، وأن يخسر الآخر كل شيء، أن الطرف الآخر موافق ويريد (وكان هدفه الحقيقي قبل التفاوض) ما قدمته أنت له، وأنت موافق وتريد (في حقيقة الأمر) ما قدمه هو لك. ولذلك، فإن الغالبية

العظمى من المفاوضات التي تتم وفق هذا المبدأ (نفع واستنفع) تنجح، ويرضى عنها الطرفان.

أننا نؤكد أن نمط التفاوض الوحيد، الذي يرضى فيه الطرفان بما يتحقق من نتائج، ويشعر الجميع فيه بالراحة والثقة المتبادلة، هو نمط التفاوض الهادف إلى منفعة وتنازلات متبادلة، ودون زيف أو غش أو تدليس للحصول على كل شيء على حساب الطرف الآخر.

سابعاً: مخاطبة الجمهور

الوظيفة: توصيل أفكار معقدة وصعبة للآخرين بكفاءة

كيفية الاستخدام: مخاطبة حشد جماهيري عملية ممتعة ومثيرة. ورغم ذلك فإن عدم الاستعداد الجيد لها، وعدم وضوح أهدافها، وعدم تحديد وفهم خصائص وسمات هذا الجمهور الذي سوف نتحدث إليه، قد يحول هذا الموقف إلى كارثة بمعنى الكلمة.

إن الإعداد والاستعداد الجيد هو مفتاح نجاح مخاطبة جمهور ما أو التواصل معه. ولكي تضمن أن حديثك أو محاضرتك الجماهيرية سوف تكون فعالة، فإن أول ما يجب أن تفعله هو أن تحدد أهدافك من هذا الحديث وبوضوح شديد. اسأل نفسك:

أ - لماذا أقوم بهذا الخطاب أو اللقاء الجماهيري؟

ب - ما الذي أريد توصيله لهؤلاء المتلقين من هذا الخطاب؟

ثاني ما يجب أن تفعله هو تحديد هوية وخصائص المستمعين، ومدى وعيهم أو لغتهم أو معلوماتهم عن عنوان أو موضوع الخطاب أو المحاضرة، لأن ذلك سيحدد المستوى الذي سوف تتحدث به.

(1) كيف تنظم خطابك أو محاضرتك

بعد أن قمت بتحديد هدفك الأساسي من هذا الخطاب أو المحاضرة، وكذلك طبيعة وخصائص المستمعين، يحين وقت تنظيم محاضرتك نفسها، أو ما سوف تقدمه في هذا اللقاء. وأول ما يجب أن تهتم به هنا هو مدى الزمن الذي تقدم فيه محاضرتك أو خطابك. والتعامل الأمثل مع زمن المحاضرة أو الخطاب، هو أن تقوم بتجزئته - وقبل بدء اللقاء - إلى أقسام، يخصص كل قسم منها لجزء محدد من أجزاء محاضرتك أو خطابك. فمثلاً يخصص القسم الأول أو الجزء الأول من

زمن اللقاء إلى عرض مقدمة، تقدم فيها ملخصا عاما وسريعا لما سوف تقدمه، عارضا فيه لاسم أو عنوان المحاضرة، ولماذا الحديث عن هذا الموضوع بالذات، وما الذى تأمل توصيله للمستمعين. ثم تخصص الجزء الثانى - من الزمن الكلى للمحاضرة أو اللقاء - للجانب أو العنصر الأول الذى تريد الحديث فيه، ثم الذى يليه....وهكذا. المهم هو أن يكون هناك تنظيم زمنى معد مسبقا، يتم من خلاله توزيع الزمن الكلى للقاء على جميع عناصر المحاضرة التى تريد تقديمها، مخصصا الوقت المناسب لكل عنصر تبعا لأهميته ودوره فى تحقيق هدفك العام من المحاضرة.

ما نؤكد عليه هو ضرورة أن يخصص وقت لعرض خلاصة أو خاتمة المحاضرة. فالمدخل أو المقدمة، والخلاصة أو الخاتمة هما أهم قسمين، ويجب أن ينالا أكبر قدر ممكن من الاهتمام والتركيز عليهما.

(2) كيف تكون واضحا ومؤثرا

احرص على تكون محاضرتك - أو ما تقدمه للمستمعين - قصيرة وبسيطة. واعلم أن المستمعين لا يمكن أن يتذكروا كل نقطة قلتها أو كل جزئية عرضت لها، ولذلك ركز على الأجزاء أو المكونات المهمة. فالمحاضرة أو اللقاء الطويل عادة ما يبعث على السأم، وبزيادة مدة المحاضرة أو اللقاء يزداد هذا السأم.

ولكى تضمن أنك سوف تكون واضحا ومؤثرا، فيمكنك الاعتماد على قاعدة أو مبدأ:-
"اخبره ليفهم أو ليصبح كما تريد". حيث:

أ - قل للمستمعين ما الذى سوف تقوله لهم (مثلا: فى هذه المحاضرة سوف أوضح لكم.....).

ب- قل للمستمعين النقاط الجوهرية، مستعرضا لكل منها بقدر معقول من الوضوح والدقة.

ج- قل للمستمعين ما سبق وأن قلته لهم (مثلا: فى النهاية..... والخلاصة ما قدمنا.....).

(3) دعم وقوى رسالتك الاتصالية مستخدما المعينات البصرية

احرص على استخدام معينات بصرية وأنت تقدم محاضرتك أو خطابك، فهذا يدعم كثيرا ما تقول ويقوى رسالتك الاتصالية. استخدم جهاز العرض، أو الفيديو،

أو الحاسوب. وعليك التأكد من سلامة وكفاءة الأجهزة التي سوف تستخدمها، وذلك قبل بدء المحاضرة.

واحرص على أن يكون المنظر الواحد المعروض بصريا بسيطا وغير مزدحم بالمعلومات، أي أن تكون الشريحة الواحدة المعروضة لا تحمل معلومات كثيرة ومتداخلة، بل تحتوى على قدر بسيط من المعلومات يمكن للمشاهدين (المستمعين) استيعابه بسهولة ودون تداخل. كذلك تأكد من أن حجم الشريحة - المعروضة على الشاشة - كبير وواضح بحيث يمكن لأى من الحاضرين مشاهدته وبوضوح وهو جالس مكانه. وتأكد من نقاء ووضوح الألوان وكفاءة الإضاءة. وتأكد من أن الشرائح التي سوف تستخدمها في محاضرتك موضوعة بالترتيب الصحيح في جهاز العرض، بحيث يتم عرض كل منها في سياقه الصحيح أثناء المحاضرة.

وما نريد أن نؤكد عليه هو أنك عندما تستخدم تلك المعينات البصرية، فلا تعطى ظهرك للمستمعين، بل احرص أن تقف بطريقة تسمح لك بتشغيل تلك الأجهزة وعرض ما تريد عرضه على الشاشة، وفي ذات الوقت تنظر إلى الجمهور أو يرى المستمعون وجهك.

(4) تجهيز قاعة المحاضرة

إذا كان ذلك متاحا، فعليك أن تزور القاعة التي ستلقى فيها محاضرتك وذلك قبل ميعاد المحاضرة. عاين المقاعد وتأكد من أن عددها وأوضاعها ملائمة، وتأكد من كفاءة الإضاءة والتهوية بل ودرجة الحرارة، وكذلك من وجود كل ما سوف يلزمك - أو يلزم المستمعين - لتتم المحاضرة بنجاح (وجود أقلام وأوراق للمستمعين لأخذ الملاحظات عليها....الخ). وإذا كان زمن اللقاء سوف يزيد عن نصف ساعة، فتأكد من وجود دوارق للمياه وأكواب. وخصص بعد ذلك وقتا مستقطعا - أثناء اللقاء - لمن يريد الذهاب إلى دورة المياه.

أما بالنسبة للمحاضرة نفسها أو ما سوف تقوله أو تقدمه، فاحرص كثيرا على أن تكون مستوعبه تماما وعلى ألفة تامة به. قم بتسميعه لنفسك تسميعا ذاتيا - أكثر من مرة - قبل المحاضرة، فذلك يزيد من ثقتك بنفسك أثناء التقديم الفعلى، ويجعلك أكثرطلاقة ووضوحا، وبالتالي أكثر تأثيرا في مستمعيك.

وأخيرا احرص على أن تكون هادئ الأعصاب، ومقاوم للإثارة أو انفلات الأعصاب أثناء المحاضرة. وإذا حدث ذلك، فاحرص على أن تظل مركزا على هدفك الأساسى من اللقاء، وركز أفكارك على النقطة التي تتحدث فيها، ولا تجعل

زمام الموقف يخرج عن سيطرتك، وقل لنفسك: "إن هؤلاء قد جاءوا ليستمعوا لما أقول، ولا بد أن أنجح في ذلك".

(5) اعتبارات تزيد من كفاءة محاضرتك ونجاحها

بعد كل الذى قلناه، تظل هناك بعض الاعتبارات المهمة التي يتعين العناية بها لكي يكون لقاؤك أو محاضرتك أكثر نجاحا وكفاءة وهى:

أ - تجنب استخدام الإحصائيات والمعادلات والمعلومات المعقدة والمتداخلة أو التى تشوش عقل المتلقين. وإذا كان ذلك مهما أو ضروريا لمحاضرتك، فاجعله مستقلا نشرة خاصة به، توزع على الحاضرين بعد المحاضرة.

ب- إذا نسيت شيئا ما أو معلومة ما وأنت تحاضر أو تتحدث، فعليك بالتوقف أو الصمت للحظة، وفيها تذكر هدفك العام من المحاضرة. فإذا فعلت ذلك - حتى ولم تستطع تذكر ما تريد تذكره - فيمكنك أن تستمر في التحدث والمواصلة بدون أية مشاكل، بل وقد يرد إلى ذهنك أفكار ومعلومات أخرى أكثر فائدة من تلك التى فشلت في تذكرها. المهم أن تنطلق دائما وفي ذهنك الهدف الأساسى للمحاضرة.

ج- حاول دائما وبقدر المستطاع أن تجعل ما تقوله قابلا لأن يدرك بصريا.

د- قبل اللقاء أو المحاضرة ركز وفكر جيدا في حاجات المستمعين، أى ماذا يريدون منك.

هـ- قبل المحاضرة احرص على هدوئك واسترخائك، ومن الملائم هنا الاعتماد على أى من أساليب الاسترخاء التى سنعرض لها في الفصل الرابع عشر (أساليب إدارة الضغوط).

و- إذا كان متاحا لك - في كلية أو جامعة قريبة منك - أن تحصل على دورات أو برامج تعليمية تدريبية في "مخاطبة الجماهير"، فقم بذلك ولا تتردد، فهى مفيدة، وسوف تنمى كثيرا من مهاراتك التواصلية في هذا المجال.

ز- قم بتصوير المحاضرة أو اللقاء بالفيديو، ثم شاهده بتركيز، ولاحظ نفسك، وحدد جوانب قوتك وجوانب ضعفك، ثم حاول تحسين نفسك من محاضرة لأخرى.

إن الكثير من النقاط التى عرضنا لها هنا سوف يتم تلخيصها في أداتنا التالية، وهى "مراجعة التخطيط للمحاضرة العامة أو اللقاء الجماهيرى".

ثامنا: مراجعة التخطيط الخاص بتقديم رسالة اتصالية للجمهور في لقاء معين
الوظيفة: التأكد من أنك تتذكر كل النقاط الأساسية في محاضرتك أو فيما تريد أن
تقول.

كيفية الاستخدام: القائمة التالية تتضمن الجوانب التي يجب عليك مراجعتها والتأكد
منها، قبل شروعك في إلقاء محاضرة ما، أو عقد لقاء جماهيري معين، حتى تضمن نجاح تلك
المحاضرة أو هذا اللقاء.

(1) إلقاء المحاضرة

- أ - هل ما أعددتَه كمقدمة أو مدخل للمحاضرة قادر على: جذب انتباه المستمعين لك
وتوضيح أهدافك الأساسية من المحاضرة.
- ب- هل سيتبع تلك المقدمة، تحديد دقيق وواضح لكل نقطة من النقاط التي تتضمنها
المحاضرة؟
- ج- وهل تلك النقاط الأساسية مرتبة أو يتم تقديمها بشكل تسلسلي ومنطقي؟
- د- هل يتطلب تقديم أو شرح النقاط الأساسية، استخدام أى معينات بصرية؟
- هـ- هل الخلاصة أو الخاتمة التي أعددتها للمحاضرة، تلخص فعلا النقاط الأساسية في
المحاضرة، بوضوح ودقة؟
- و- هل تلك الخلاصة أو الخاتمة قوية ومؤثرة في المستمعين؟
- ز- هل قمت بالربط بين الخلاصة أو الخاتمة من جهة والمقدمة أو المدخل من جهة
أخرى؟

(2) القدرة على التوصيل

- أ - هل أنت على علم كاف أو دراية كاملة بالموضوع الذي سوف تتحدث فيه؟
- ب- هل أعددت أوراقك وملاحظاتك بشكل مرتب ومتسلسل؟
- ج- أين، وكيف، ستقدم محاضرتك أو يتم لقائك (في قاعة مغلقة - في مكان مفتوح -
والمستمعون وقوفا - والمستمعون جلوسا....الخ).
- د- هل زرت أو اطلعت على مكان انعقاد اللقاء أو المحاضرة؟
- هـ- هل راجعت معيناتك البصرية وتأكدت أنها تعمل بكفاءة، وأنت تحسن استخدامها؟

(3) المظهر العام

أ - تأكد من أن ملبسك ومظهرك العام متلائمان، ويتوافقان مع ما يتوقعه المتلقون أو المستمعون.

ب- تدرب على الأسلوب الذي تتكلم به، سواء أكنت جالسا أم واقفا، وراقب جيدا لغة جسمك، وإشاراتك، وإيماءاتك، وتعبيرات وجهك، فكلها سوف تكون محل اهتمام وتقييم المستمعين.

(4) المعينات البصرية

- أ - هل المعينات البصرية التي سوف تستخدمها جذابة، وسهل قراءتها وسهل فهمها؟
ب- هل هي كاشفة وموضحة تماما للنقاط الأساسية التي سوف تتحدث فيها؟
ج- هل من السهل على الجميع رؤيتها من أماكنهم المختلفة في القاعة أو الغرفة؟

تاسعا: التواصل عالميا

الوظيفة: جعل التواصل عبر الحضارى أسهل وأكفأ.

كيفية الاستخدام: يكثر استخدامنا للتواصل عبر الحضارى (تواصل بين أفراد من ثقافات مختلفة) في هذا الزمن، زمن الاندماج بين المنظمات والشركات العابرة للقارات، والمؤسسات الاقتصادية الكبرى المنتشرة في أقطار وثقافات متباينة، وهو ما يجعل هذا النوع من التواصل أكثر انتشارا وأهمية، ومن ثم يحتم على المتواصلين أن يأخذ كل منهم في الاعتبار الخلفية الثقافية أو الحضارية المختلفة التي ينتمى إليها الطرف الآخر.

بل لو افترضنا أن التواصل يتم بين طرفين يتحدثان نفس اللغة الأم (كالإنجليز والأمريكان مثلا) فإنه رغم ذلك لا تزال هناك فروق حضارية كبيرة بين هاتين الثقافتين، يجب الانتباه إليها وأخذها في الاعتبار عند التواصل بين شخصين أو طرفين ينتميان لثقافتين مختلفتين، رغم أنهما يتحدثان نفس اللغة.

واستراتيجية التواصل الكفاء في هذه الحالة (أي التواصل عبر الحضارى أو بين أطراف من ثقافات مختلفة) تبدأ بأن نفهم جيدا أن المرسل والمستقبل ينتميان إلى ثقافتين مختلفتين، وأن ذلك سوف يؤدي بالضرورة إلى جعل التواصل أكثر صعوبة من أى نوع آخر من أنواع التواصل.

فبدون الفهم التام للخلفيات الثقافية لأطراف العملية الاتصالية، والتحديد الدقيق لما قد يوجد من تباينات ثقافية، فلن تنجح عملية التواصل. ولا يكفى فهم أو دراسة ثقافة ولغة الطرف الآخر، بل لابد أن نعرف "كيف" نتواصل جيدا معه.

الحد الأدنى - إذن - للتواصل عبر الحضارى هو معرفة أساسيات لغة وثقافة الطرف الذى سنتواصل معه، وذلك حتى نتمكن من مقابله والاتصال الفيزيقي به (أى الاتصال المباشر وجها لوجه).

أما الاهتمام الشديد فى هذا النمط من التواصل، فيجب أن يولى إلى جوانب التواصل غير اللفظي، لأنها تكشف عن تباينات ثقافية شديدة. ففى اللقاءات ذات الطابع التجارى أو السياسى يمكن لأطراف التواصل أن يسلموا على بعض أو يحييوا بعضا عن طريق التقبيل (يقبل كل منهم الآخر، هذا مقبول فى فرنسا مثلا، ولكنه مستهجن فى انجلترا أو فى أمريكا). كذلك، فإن السلام باليد يكون مقبولا تمام فى ثقافة ما، ولكنه ليس كذلك فى ثقافة أخرى.

ومن ثم، فإنه يتعين على المنظمات والشركات الكبرى أن تعد الدورات لموظفيها لتعرفهم بالثقافات الأخرى، وأنسب أساليب التواصل مع أفرادها، أو أن تسمح لهم بالتعامل التدريجي واكتساب الخبرة والمعرفة بالآخرين - المختلفين ثقافيا - حتى يسهل التواصل معهم.

الفصل الخامس
أساليب إدارة الضغوط

الفصل الخامس^(*)

أساليب إدارة الضغوط

مقدمة

يهتم هذا الفصل بعرض عدد من الأدوات والأساليب التي تساعد على زيادة كفاءة التعامل مع الضغوط المتعلقة بالعمل على وجه التحديد.

وسوف نعرض في البداية لمعنى "الضغط" والأسباب التي تؤدي إليه، لأن فهم ذلك يعتبر شيئاً مهماً لكيفية إدارة الضغوط بشكل فعال، ثم نعرض لثلاثة مناحي أساسية لإدارة الضغوط، والإلمام بها لمساعدة الفرد على تحديد المصادر الأساسية لما يتعرض له من ضغوط في كل جوانب حياته.

وبعد ذلك، سنعرض لعدد من الأساليب التي تساعد على إدارة تلك الضغوط، مع التركيز على عرض أساليب تمكننا من التعامل مع الضغوط وخفضها من البداية، أي أساليب لا تساعد فقط في التعامل مع أعراض الضغوط، أو تتعامل مع الضغوط بعد حدوثها بالفعل، بل أساليب تساعدنا على تجنب حدوثها من الأساس عن طريق تجنب أسبابها أو - على الأقل - إضعاف تلك الأسباب. ومن الأساليب التي سنعرض لها في هذا الفصل، ما يلي :

- 1- التدوين اليومي للضغوط: وهو يساعدنا على فهم وتحديد الضغوط قصيرة المدى عبر حياتنا اليومية بكافة جوانبها.

- 2- تحليل العمل: وهو الخطوة الأولى والأكثر أهمية في إدارة أعباء العمل وضغوطه.

- 3- تخطيط الأداء: ويهدف إلى المساعدة في إدارة ما يقابلنا عند أدائنا لعمل كبير أو مهم.

- 4- التخيل: ويهدف إلى إدارة الضغوط تخيلاً.

- 5- أساليب الاسترخاء الجسماني.

- 6- الوعي بالتفكير، والتفكير المنطقي، والتفكير الإيجابي.

- 7- الراحة، والاسترخاء، والنوم.

- 8- اختبار الاستعداد "للاحتراق" (الإنهاك تدريجياً نتيجة استمرار التعرض للضغوط).

(*) يمثل الفصل ترجمة بتصرف لفصل أساليب التعامل مع الضغوط من كتاب أدوات العقل لجيمس مانكتيلو (Manktelow, 2005).

وبانتهااء قراءة تك لهذا الفصل، سوف تصبح أكثر فهما للضغوط، ومصادرها، وكيفية التعامل معها وحسن اداراتها. وكذلك سوف تصبح قادرا على تحليل ومعرفة من أين تأتيك الضغوط، أو المصادر الأساسية لما تتعرض له من ضغوط في حياتك، وتستطيع أن تقللها، أو تجعلها حيادية، أو ذات أثر سلبي ضعيف.

وعليك أن تلاحظ أن الضغوط تؤدي إلى مشكلات صحية خطيرة، بل تؤدي في بعض الحالات إلى الموت، وبالتالي ننصح الأفراد الذين يعانون من مشكلات صحية كبيرة نتيجة ما يتعرضون له من ضغوط، ألا يكتفوا فقط بتلك الأساليب في التعامل مع ضغوطهم، بل عليهم أيضا أن يلجأوا إلى الأطباء المتخصصين في الأعراض الجسمية المرضية التي يعانون منها. وإذا كان هناك من يتعاطى أدوية معينة أو يتبع نظاما غذائيا معينة كنتيجة لما يتعرض له من ضغوط، فلا يجب عليه - أبدا- ترك ذلك واللجوء إلى الأساليب التي نعرضها هنا إلا بموافقة الأطباء المتخصصين الذين يتعامل معهم.

أولاً: ما المقصود بالضغط النفسي

أجريت دراسات عديدة في موضوع الضغوط خلال القرن الماضي وحتى الآن. وبعض النظريات والمفاهيم التي خلصت إليها تلك الدراسات ثبت صحته ولا زال مقبولا حتى اليوم، والبعض الآخر لا زال في طور التعديل والتنقيح والبحث. ومن أكثر النظريات قبولا في تفسير الضغوط هي تلك التي تربط بين الضغوط من جهة نمط الحياة القائم على التنافسية الشديدة، والتحدى والصراع من جهة أخرى.

والواقع أننا جميعا نعتقد أننا نعرف المقصود بالضغوط، فكلنا تقريبا قد خبرها أو تعرض لها، وبالتالي يظن أنه يعرف تعريفها جيدا، إلا أن هذا غير صحيح، ففهم أو تصور الفرد العادي (غير المتخصص) للضغوط، ليس هو الفهم أو التعريف العلمي لها. ومن ثم، يتعين أن نعرف المقصود بالضغوط من الناحية العلمية التي يتناولها العلماء والباحثون المختصون.

(1) التعريفات

يعتبر العالم هانز سيلى أحد أبرز من اهتموا بدراسة موضوع الضغوط. وقد أشار هذا العالم عام 1956 إلى أن الضغوط ليست دائما وبالضرورة شئ سئ وضار، بل إن أثارها ومتربباتها تعتمد على إدراك الفرد لها وكيفية تعامله معها. وهناك ضغوط مفيدة وإيجابية، كالضغط الناتج عن موقف مفرح جدا، أو عند

النجاح في إنجاز عمل إبداعي كبير. أما الضغط الناشئ عن الفشل والشعور بالعجز أو الضعف أو المرض، فهو ضغط سلبي مؤذٍ ومدمر. وأشار هذا الباحث إلى أن الآثار الكيميائية والبيولوجية للضغوط تحدث دائماً بصرف النظر عن طبيعة المواقف التي تؤدي إلى تلك الضغوط، سواء أكانت مواقف إيجابية مفرحة أم مواقف سلبية محزنة ومحبطة.

واستمرت الدراسات بعد ذلك، وتم التوصل إلى أن الكثير من أفكار هذا الباحث ليست صحيحة، فالمقبول الآن، والذي أكدته معظم الدراسات ويوافق عليه معظم الباحثين أن الضغوط هي دائماً شئ سلبي وسئٍ وضار، ولها آثارها البيوكيميائية السلبية والضارة بدرجات وأشكال مختلفة، والتي تكون في غاية الخطورة على الأمد الطويل، رغم أن تلك الآثار - آثار على المدى الطويل - نادراً ما تحدث بسبب الضغوط الناشئة عن مواقف إيجابية.

وأكثر التعريفات قبولا الآن هو ذلك التعريف الذي قدمه ريتشارد لازاروس، وهو أن الضغط : "هو حالة شعورية تحدث عندما يدرك الفرد أن حاجاته ومتطلباته أكبر من إمكانياته، سواء الشخصية أو الاجتماعية".

وهذا هو التعريف الذي نتبناه هنا، رغم اعتقادنا أن استجابة الضغط بداخلنا هي نتاج شقين متفاعلين، شق غريزي (غريزة داخلية للدفاع عن الذات بالتعامل مع الضغوط)، والشق الآخر هو أسلوب تفكيرنا وإدراكنا للضغوط من حولنا.

(2) الصمود والقتال أو الهروب والفرار Fight-or - Flight

بعض الأبحاث المبكرة في موضوع الضغوط - وبخاصة تلك التي قام بها والتر كانون عام 1932 - أشارت إلى ما يسمى "استجابة القتال - أو الفرار"، وأن ذلك هو جوهر حدوث الضغوط. فالكائن الحي عندما يدرك خبرة ما مهددة له، فإنه يفرز فوراً بعض الهرمونات التي تمكنه من الحياة والتعامل مع تلك الخبرة. والإنسان - مثله مثل الكثير من الكائنات الحية الحيوانية - يقوم بإفراز تلك الهرمونات لتساعده على الجرى الأسرع والقتال الأصعب. فهذه الهرمونات تؤدي إلى زيادة عدد ضربات القلب وضغط الدم، وتمد العضلات بمزيد من الأكسجين والسكر، وتجعل الدم ينسحب أو يقل في الجلد، ويتجه إلى الأجزاء الأخرى من الجسم التي نحتاج إلى استخدامها من مثل تلك المواقف الصعبة الضاغطة. وكذلك، فإن تلك الهرمونات تجعلنا أكثر قدرة على تركيز انتباهنا على ما يهددنا، وأن نهمل

كل ما عدا ذلك. وكل ذلك يزيد بلا شك من قدرتنا على التعامل مع الأحداث المهددة والتوافق معها.

ولا تحدث تلك التغيرات الهرمونية بسبب ما قد نتعرض له من أشياء تهدد حياتنا فقط، بل تحدث أيضا في معظم الأوقات، ولكن بدرجات مختلفة، وذلك عندما نفاجأ بحدوث شئ غير متوقع، أو نتعرض لما يحبطنا ويقف حائلا في سبيل تحقيق أهدافنا. وعندما يكون التهديد صغيراً أو بسيطاً، تكون استجابتنا أيضا بسيطة أو صغيرة، وبالتالي ربما لا نلاحظ ما يطرأ علينا وعلى أجسامنا من تغيير.

والواقع أن ردود أفعال أجسامنا وما تفرزه من هرمونات للتعامل مع الضغوط والتهديدات، لها آثارها السلبية الضارة، حيث نصبح أكثر قابلية للاستثارة، والقلق، وعدم الشعور بالاستقرار، بل وتؤدي إلى انخفاض شديد في قدرتنا على العمل والإنجاز، بل في قدرتنا على التعامل الكفء مع الآخرين.

إن الفرد المضغوط دائما، أو الواقع تحت ضغوط مستمرة لا يمكنه أن يفعل أى شئ بإتقان، ولا يمكنه التحكم في مهاراته واستخدامها بالصورة المثلى. فإذا كان كل تركيز الفرد وانتباهه موجها للتعامل مع ما يهدد بقاءه، فإنه لا يمكنه أبدا أن يفكر موضوعيا أو يصدر أحكاما سليمة على الأشياء. وهو ما يجعله عرضه أكثر لمزيد من الضغوط ويظل يدور في تلك الحلقة المفرغة : ضغوط ← اضطراب التفكير والسلوك ← مزيد من الضغوط ← اضطراب أكثر.... وهكذا.

إن معظم المواقف التي نواجهها في أعمالنا تتطلب أن نكون هادئين، ومنطقيين، متحكمين في مهارتنا، وفيما يبدو حولنا من أحداث. إننا نحتاج - على المدى القصير - إلى مزيد من التحكم والسيطرة على "استجابة القتال، وإما الفرار" لكي يمكننا القيام بأعمالنا على الوجه المقبول، ونحتاج إلى هذا التحكم وتلك السيطرة أيضا - على المدى الطويل - حتى نتجنب ما يمكن أن ينشأ عنها (وعما تحدثه من ضغوط) من تدهور في الصحة العامة، وحدوث كثير من الأمراض.

ثانياً: مدخل لإدارة الضغط

لدى كل منا العديد من المهارات التي يمكنه أن يستخدمها لإدارة الضغوط والتعامل معها بشكل كفء، فهي تساعد على أن يظل هادئا ومتوازنا حتى وهو يتعرض لضغوط شديدة. وتساعد - بالتالي - على تجنب ما يمكن أن يحدث له من مشكلات جسمية ونفسية على المدى الطويل. ويمكننا أن نقسم تلك المهارات إلى ثلاث مجموعات:

- أ - مهارات خاصة بالأداء (مهارات ذات طبيعة عملية تنفيذية): وهى تمكننا من المواجهة المباشرة للمشكلة أو الموقف المسبب للضغط، ونقوم بتغييره، أى مهارات لتغيير فعلى يمكننا القيام به فى الموقف الضاغط أو البيئة التى نوجد بها.
- ب- مهارات ذات طبيعة انفعالية أو متوجهة للانفعال: وهنا نحن لا نملك الإمكانيات اللازمة لتغيير فعلى فى البيئة أو الموقف الضاغط، بل يمكننا إدارة الضغوط من خلال تغيير طريقة إدراكنا وتفسيرنا لها، وكذلك تغيير مشاعرنا المترتبة عليها.
- ج- مهارات ذات توجه "قبولى": أى تمكننا من الرضا "الإيجابى" بالأمر الواقع. فأحيانا يحدث شئ ما أكبر من قدراتنا وإمكاناتنا ولا نستطيع أن نفعل أى شئ حياله (موت صديق مثلا)، أى أننا نفتقر هنا إلى كلا النوعين السابقين من مهارات إدارة الضغوط (1- لا نستطيع منع الموت 2- لا نستطيع إلا أن نحزن على ما فقدناه). هنا ليس أماننا إلا التعايش الفعلى مع هذه الضغوط وقبولها والتوافق معها بأقل آثار سلبية ممكنة. وفيما يلى عدد من الأساليب المفيدة للتعامل مع الضغوط والتى تمثل المجموعات الثلاث السابقة من المهارات أو الأساليب.

(1) التدوين اليومى لما نواجهه من ضغوط

لا يمكنك التعامل الكفء من ضغوط حياتك، إلا إذا حددت المصادر الأساسية التى تأتى منها تلك الضغوط. فهذا يساعدك على : 1- التحديد الدقيق للمصادر الأساسية للضغوط، ب- عدم الخلط بينها وبين الضغوط البسيطة التى تحدث لكل الناس من مجريات الحياة اليومية العادية. وأحسن وسيلة لذلك هى المدونات اليومية، فعن طريقها يمكن أن تصل إلى النتيجتين السابقتين.

مقدمة

التدوين اليومى للضغوط عملية مفيدة جدا لفهم الأسباب والمصادر - قصيرة المدى- لما تتعرض لها من ضغوط فى كل جوانب حياتك. وكذلك، فإنها تساعدك على الاستبصار بأحسن طريقة للتعامل مع تلك الضغوط. والفكرة الأساسية للمدونات اليومية للضغوط هى أن تقوم بشكل منتظم خلال اليوم (كل ساعة - كل ساعتين... الخ) بتدوين كل ما يتعلق بما تعرضت له من ضغوط فى تلك الفترة، ثم تقوم بتحليل تلك المعلومات، وتستجيب فى ضوءها. التدوين المنتظم مهم، لأن

الاعتماد على مجرد الذاكرة لا يكون مسعفاً أو ملائماً، لأن الكثير من الضغوط اليومية تمر بسرعة على عقولنا ولا نوليها اهتماماً مناسباً، وبالتالي قد لا نتذكرها.

ولأنها تساعدك على تحديد، وتحليل، المصادر أو الأسباب الأساسية لما تتعرض له من ضغوط في حياتك اليومية، فإن المدونات اليومية للضغوط تساعد على فهم:

- 1- أسباب الضغوط بشكل تفصيلي.
 - 2- المستوى المقبول للضغوط، والذي عنده تؤدي عملك أو تسلك بشكل فعال.
 - 3- كيف تستجيب للضغوط، وهل ردود أفعالك ملائمة ومفيدة.
- إن التدوين اليومي للضغوط يمكنك من الحصول على المعلومات اللازمة لكفاءة إدارة ما تتعرض له من ضغوط.

أ - كيفية استخدام هذا الأسلوب

أولى خطوات استخدام أسلوب التدوين اليومي للضغوط، هو أن نحدد وحدة نظامية زمنية ثابتة يتم التدوين وفقاً لها (كل ساعة - أو كل ساعتين - أو كل ساعة ونصف ... الخ). وعلى الفرد - بعد أن يقوم بالتدوين الأول مثلاً - أن يعتمد على أي منبه ليذكره عندما يحل ميعاد التدوين الثاني، وألا يعتمد فقط على نفسه في ذلك. فمثلاً إذا قررت بدء التدوين الساعة 10 ص (وسوف يكون كل ساعتين)، هنا يتعين على أن أضبط منبهها مثلاً، أو أجعل فرداً آخر ينبهني عندما تصبح الساعة 12 ظهراً... وهكذا. وفي كل مرة تدوين أقوم برصد ما تعرضت له من ضغوط خلال الوحدة الزمنية السابقة التي حددتها (الساعتين السابقتين).

بالإضافة إلى ذلك تخصص قائمة أخرى - في تلك اليوميات - يتم فيها تدوين ما يحدث من أحداث ضاغطة مهمة أو مؤثرة فور حدوثها (أي لا ننتظر حتى مرور الوحدة الزمنية المعنية ونقوم بتدوينها مع غيرها من الضغوط الأخرى الأقل أهمية أو تأثيراً). وفي كل مرة نقوم فيها بالتدوين علينا أن نسجل ما يلي:

- 1- تاريخ وزمن التدوين.
- 2- الحالة المزاجية للفرد عند التدوين (سعادة - حزن)، وتتم من خلال تقدير ذاتي يقوم به الفرد لحالته هذه بناء على متصل تدريجي يتراوح بين +10 - (أشعر أنني سعيد جداً الآن) إلى -10 (منتهى الحزن أو التعاسة). بالإضافة إلى ذلك يمكن تدوين أي ملاحظات أو انطباعات أخرى للفرد عن حالته المزاجية.
- 3- تقدير لحالة الفرد الخاصة بالعمل (بأى كفاءة أعمل الآن)، ويتم هذا التقدير الذاتي بناء على متصل يتراوح بين صفر -10، حيث يشير الصفر إلى أن

أدائي في العمل الآن بالغ السوء، في حين تشير 10 إلى أعلى درجات الكفاءة والإنجاز في العمل.

4- تقدير مدى ما يشعر به الفرد الآن (عند التدوين) من انضغاط، وذلك على متصل يتراوح بين صفر - 10، حيث يعنى الصفر عدم وجود أى ضغوط أو شعور بالشد، في حين تعنى الدرجة 10 الشعور بأقصى درجات الانضغاط.

5- يتم تدوين آخر أو أحدث موقف ضاغط تعرض له الفرد خلال الفترة الزمنية النظامية السابقة.

6- تدوين ما يشعر به الفرد من أعراض مثل : آلام المعدة، والغضب، والصداع، ومعدل النبض الزائد...الخ. أى أعراض توجد لدى الفرد عند التدوين.

7- تدوين السبب الأساسى - من وجهة نظر الفرد - الذى أدى إلى الموقف أو الحدث الضاغط. وعلى الفرد هنا أن يكون أميناً وموضوعياً قدر الإمكان.

8- تدوين ردود أفعال الفرد مع الموقف الضاغط أو أسلوب تعامله مع تلك الخبرة الضاغطة (كيف تعامل معها). ويتم توضيح ما إذا كان هذا التعامل قد أدى إلى مساعدة الفرد على حل المشكلة والتغلب على الضغط، أم أدى إلى إشعال الموقف وجعله أكثر صعوبة وتعقيداً.

هذه هى المعلومات التى يجب أن تدون فى كل مرة أو فى كل وحدة زمنية نظامية يتم فيها التدوين عبر ساعات اليوم. وسوف تكتشف مدى الفائدة والنفع الذى يعود عليك من اتباع هذا الأسلوب، وذلك بعد أسابيع قليلة من استخدامك له. ولكن بعد ذلك، فإن تلك الفائدة سوف تقل، ولكن الإفادة كبيرة فى كل الأحوال.

وإذا حدثت تغييرات أساسية فى نمط حياتك، أو بدأت تشعر بالضغط مرة أخرى فعليك أن تعود من جديد لاستخدام هذا الأسلوب، فقد تجد أن الضغوط التى تتعرض لها الآن (بعد ما حدث فى حياتك من تغيير) مختلفة عما تعرضت لها من قبل. وهنا، فإن اليوميات الجديدة سوف تساعدك على التعامل معها بكفاءة مثلما تعاملت مع ضغوطك السابقة.

ب- تحليل المدونات اليومية للضغوط

1- فى نهاية كل فترة (سنة شهور - 8 شهور - سنة... الخ) قمت فيها بالتدوين اليومى لما تعرضت له من ضغوط - بالأسلوب الذى عرضنا له من الفقرة السابقة- عليك أن تقوم بتحليل تلك الملاحظات والمدونات اليومية، وذلك على النحو التالى :

- أ - في البداية انظر إلى الضغوط المختلفة التي تعرضت لها خلال فترة التدوين، وقم بإعداد قائمة بتلك الضغوط، وتكرار تعرضك لها، ثم قم بالترتيب التنازلي لتلك الضغوط، بحيث تبدأ القائمة بأكثر المواقف الضاغطة تكراراً، وتنتهي بأقل المواقف التي أدت إلى شعورك بالانضغاط.
- ب- بعد ذلك، عليك بإعداد قائمة ثانية خاصة بالضغوط غير السارة (أي الضغوط السلبية) التي تعرضت لها خلال تلك الفترة، ورتب أيضاً تلك الضغوط بناء على ما سببته لك من عدم السعادة، بحيث تبدأ القائمة بالضغوط التي سببت أكبر قدر من التعاسة، وتنتهي بالضغوط التي أدت إلى أقل قدر من التعاسة.
- ج- عليك بالنظر في هاتين القائمتين من الضغوط، واعلم أن الضغوط أو المواقف التي توجد في قمة القائمتين، هي الأكثر خطورة وأهمية بالنسبة لك، وعليك أن تتعلم كيف تتحكم فيها أو تخفف من آثارها.
- د- انظر فيما ذكرته من أسباب أساسية (التي سبق تدوينك لها) لتلك الضغوط، وأيضا كيفية تعاملك معها، أو رد فعلك تجاهها. ففحصك لهذا سوف يساعدك على معرفة : أي الضغوط أو المواقف الضاغطة التي لم تحسن التعامل معها، وكانت إدارتك لها سيئة أو ضعيفة، وبالتالي عليك أن تحسن من مهارات إدارتك لتلك الضغوط أو المواقف على وجه التحديد. وقم بإعداد قائمة بتلك الضغوط التي لم تحسن إدارتها أو التعامل معها.
- 2- الخطوة الثانية: بعد أن تم إعداد ثلاث قوائم في الخطوة الأولى، وكذلك أصبح لدى الفرد ثلاثة تقديرات (الأول لمدى سعادته - حزنه، والثاني لمدى كفاءة أدائه لعمله، والثالث لمدى شعوره بالانضغاط) يتم عمل المقارنات بين تلك التقديرات الثلاثة (السعادة، وكفاءة أداء العمل، والشعور بالانضغاط). فقد يجد الفرد - مثلا - أنه يكون في أحسن حالات أدائه للعمل عندما يكون واقعا تحت درجة متوسطة أو معقولة من الضغوط، أو أنه - مثلا - يشعر بحزن إذا تعرض لضغوط حتى ولو كانت متوسطة ... الخ.
- 3- انظر في تلك المدونات اليومية، وحدد المواقف التي سببت لك الشعور بالانضغاط، وقم بإعداد قائمة بتلك المواقف.
- 4- أخيرا انظر كيف كانت مشاعرك عندما كنت واقعا تحت ضغط، وكيف أثر ذلك على كل من: مدى شعورك بالسعادة، ومدى كفاءتك في أداء العمل، وكذلك انظر في السلوك الذي قمت بها أثناء ذلك.

إن تحليل تلك اليوميات يجعلك أكثر وعياً وفهماً لأهم وأكثر مواقف أو مصادر الضغوط في حياتك. كذلك يجعلك تحدد "تحت أى مستوى أو درجة من الانضغاط تشعر بالسعادة". وكذلك يمكنك أن تعرف طبيعة المواقف التى تسبب لك الانضغاط، وبالتالي يمكنك الاستعداد لها من البداية وإدارتها بشكل أكثر كفاءة. ولما كان هذا التحليل أيضاً يجعلك أكثر وعياً وفهماً بردود أفعالك فى المواقف الضاغطة، وبالأعراض الجسمية والنفسية التى تحدث لك عندما تقع تحت ضغط، فإنك - فى المستقبل - عندما تجد نفسك تعاني من تلك الأعراض، فإن ذلك يعطيك إشارة بأن هناك ضغوطاً معينة تحدث، وأن عليك استخدام أساليب ما لحسن إدارتها.

والخلاصة: فإن التدوين اليومى يساعدك على فهم وتحديد الضغوط اليومية أو الروتينية قصيرة المدى التى يمكن أن تواجهك فى الحياة. وهو يساعدك على تحديد أهم المواقف الضاغطة بالنسبة لك، وكذلك تكرار حدوث تلك المواقف، وهو ما يساعدك فى التركيز على تلك المواقف على وجه الخصوص. كذلك يعرفك المواقف التى تتطلب منك أن تحسن من مهارات إدارتك للضغوط فيها، وأيضاً تجعلك واعياً بمستويات الانضغاط التى تكون فيها فى أحسن حالاتك، حيث تكون فيها سعيداً، ومؤدياً لعملك بشكل كفء.

وفى هذا الأسلوب يتم : أ- تدوين منتظم خلال اليوم (كل ساعة مثلاً) لما يتعرض له الفرد من مواقف ضاغطة، ب - وأيضاً يتم تدوين لحظى وفورى لأى أحداث ضاغطة قوية أو مؤثرة. ويهدف تحليل تلك المدونات إلى معرفة أكثر المواقف الضاغطة تكراراً وتأثيراً علينا، وكذلك معرفة المواقف التى تتطلب منا أن نحسن من مهارات إدارتنا للضغوط فيها.

تحليل العمل (الصورة المختصرة)

الوظيفة

تحليل العمل هو الخطوة الأولى التى تمكننا من إدارة أعباء العمل بكفاءة. إننا جميعاً نتعرض - فى أعمالنا - إلى الخبرة التالية : "هناك العديد من الأشياء التى يجب أن أقوم بها، إلا أن الوقت المتاح لى قليل". وهذا هو ما نسميه أعباء العمل أو ضغوط العمل. والكثيرون يتجاهلون مثل تلك الضغوط والمشكلات، وكل ما يفعلونه هو أن يزيدوا من عدد ساعات عملهم لمواجهة تلك الأعباء، وهنا تكمن الخطورة، إذ سوف يؤدي ذلك إلى استنفاد شديد لطاقتنا والشعور - فى النهاية - بالإرهاك الشديد. إن هذا الحل الذى يختاره الكثيرون لمواجهة أعباء العمل (وهو

زيادة عدد ساعات العمل) لن يؤدي إلا إلى : أداء المهام بقدر منخفض من الكفاءة، وإهمال جوانب أخرى من حياتنا يجب أن نهتم بها ونعطيها حقها، وفي النهاية لن نصل إلا إلى مزيد من الشعور بالضغط الشديد.

إن البديل الصحيح والتصرف الصحيح ليس هو أن نزيد من عدد ساعات العمل بل أن نبحث عن أسلوب يجعلنا "نعمل بذكاء"، وذلك بأن نركز على المهام أو الأشياء الأكثر أهمية فيما هو موكل إلينا من أعمال، ونقلل من مدى أو حجم الوقت المخصص للمهام الأقل أهمية. وتحليل العمل هو الخطوة الأولى في تحقيق ذلك.

مقدمة

يتبين مما سبق أن استخدام أسلوب التدوين اليومي للضغوط، هو أحد الأساليب الفعالة لتحديد أسباب ما نتعرض له من ضغوط. وبالطبع قد نجد أن بعضاً - أو كثيراً - من تلك الأسباب تكمن في مجال العمل أو الوظيفة. وقلنا أن هناك أنواعاً من مهارات إدارة الضغوط، أولها مهارات تركز على الفعل أو الأداء، يمكن من خلالها إحداث تغيير أو تعديل في الموقف الضاغط، أي يمكننا التحكم فيه والسيطرة عليه بدرجة كبيرة، الأمر الذي يضعف - أو يمنع تماماً - ما يأتينا منه من ضغوط. وتحليل العمل هو أول وأهم تلك المهارات. فتحليل العمل هو أسلوب أساسي لإدارة أعباء العمل. فتلك الأعباء تعد أحد الأسباب والمصادر الرئيسية لما قد نتعرض له جميعاً من ضغوط.

والفرد لكي يقوم بعمله على أحسن ما يكون، فلا بد - أولاً - أن يعرف جيداً المطلوب أو المتوقع منه بشكل واضح ومحدد. فالفرد عندما يكون واعياً وفاهماً للأولويات في عمله، ومتطلبات إنجاز هذا العمل بنجاح، فإنه يستطيع أن يولي اهتمامه لتلك الأولويات والمتطلبات، ويقلل الوقت والجهد المستنزف في مهام أو أعمال أخرى لا تمثل أولويات أو متطلبات أساسية لنجاح هذا العمل. وبهذا الأسلوب يمكنه - دائماً - أن يجعل أعباء العمل وضغوطه تحت تحكمه وسيطرته.

وعلينا أن نلاحظ أن أسلوب تحليل العمل يأخذ أحد شكلين أو إحدى صورتين، الشكل المختصر، وهو ما نعرض له هنا، حيث نفترض أن المنظمة التي يعمل بها الفرد هي بالفعل تمتلك توصيفات للأعمال، ولديها محركات لتقييم الاداءات، ونظم مقننة للحوافز ... الخ. ويبقى فقط أن تساعد الأفراد العاملين على أداء أعمالهم بأقل ضغوط ممكنة وبأكفأ أداء. أما تحليل العمل طويل المدى، فهو شئ آخر، ونلجأ إليه عندما نكون بصدد منظمة لازالت في مرحلة الإنشاء أو التأسيس، ولا يوجد بها تصميم للعمل، أو تحديد لمعايير الأداء الناجح... الخ.

كيفية استخدام أسلوب تحليل العمل (الصورة المختصرة)

يتم استخدام هذه الصورة المختصرة عبر الخطوات التالية

1- راجع الوثائق الرسمية المتعلقة بعملك

أ - انظر في توصيف العمل، وأعرف أهم أهدافه وأولوياته.

ب- إذا كانت هناك دوريات أو نشرات دورية تصدر عن العمل في المنظمة، فاطلع عليها وادرسها جيدا، وأعرف أهم السلوكيات أو الأداءات التي تشجعها وتدعمها المنظمة وتكافئ العاملين في ضوءها باعتبارها متطلبات لأداء العمل بشكل متميز، واعرف أيضا السلوكيات الأخرى المرفوضة أو التي يُعاقب عليها من يفعلها.

ج- اعرف ما هو متاح لك من فرص للتدريب للقيام بعملك على أحسن وجه، وتأكد أنك حصلت على تدريب سابق جيد يؤهلك لتحديد الشئ الذي لازلت في حاجة إلى مزيد من تعلمه واكتسابه.

د- انظر في نظام الحوافز المعمول به في منطمتك لكي تعرف وتفهم السلوكيات والأداءات التي يتم تشجيعها ومكافأتها.

2- افهم استراتيجية المنظمة (التي تعمل بها) وثقافتها

لاشك أن كل عمل ينشأ نتيجة لسبب ما وبهدف تحقيق غاية ما. وسبب وجود العمل الذي تؤديه، وكذلك الغاية من هذا العمل، يتحددان في ضوء الإستراتيجية الخاصة بمنطمتك أو بالقسم الذي تعمل فيه، وبالرسالة والهدف العام الذي تسعى المنظمة لتحقيقه. وبالتالي، فإن عملك يجب أن يساعد المنظمة على تحقيق رسالتها وأهدافها العامة. ومعنى هذا أنه يجب عليك أن تكون متأكدا أنك تفهم، وتمارس مهام عملك بالصورة التي تنسجم مع استراتيجية منطمتك أو قسمك.

وبالمثل، فإن لكل منظمة ثقافتها الخاصة، وتاريخها، ونسقتها القيمي، ومعايير الصواب والخطأ للحكم على السلوك والأداء... الخ. وهنا عليك أن تتعرف جيدا على ذلك عن طريق زملاء آخرين أكثر خبرة بالمنظمة، أو عن طريق رؤسائك... الخ. فالمهم أن تفهم جيدا قيم وثقافة منطمتك، وأن تحرص على أن يكون أداؤك متسقا مع تلك الثقافة، أو - على الأقل - غير متعارض معها. كذلك راجع وتأكد من أن أولوياتك في العمل متسقة مع الرسالة أو الهدف العام للمنظمة وثقافتها.

3- حاول أن تتعرف على أحسن الكفاءات: أولئك الأفراد الذين تعتبرهم المنظمة أكفأ العاملين فيها، واعرف لماذا تعتبرهم المنظمة كذلك، أو لماذا هم متميزون. وإذا كان هناك متميزون أو ناجحون في عمل مماثل لما تقوم به

وكانوا يعملون خارج منظمتك، فتعرف أيضا عليهم، واعرف كيف يعملون، وكيف يحققون هذا النجاح... تعلم منهم كل ما تستطيع لكي تصبح متميزا أو ناجحا مثلهم. وحدد المهارات التي يمتلكونها وأدت إلى نجاحهم، وتعلم تلك المهارات.

4- تأكد أن هناك أفراداً، وموارد مادية، تساعدك وتهيئ لك الظروف التي تجعلك تقوم بعملك على أحسن صورة: أى عليك أن تحدد ما إذا كان هناك فريق عمل مدعم لك ولعملك، والموارد والأدوات التي يتطلبها عملك، وفرص التدريب التي قد تحتاجها لأداء العمل بشكل متميز. وإذا تبين لك أن ذلك غير متاح أو غير كاف، فأبدا على الفور بالسعى إلى إيجاداه وتحقيقه.

5- حدد أولويات العمل مع رئيسك المباشر: يجب أن تفهم في هذه المرحلة "تفصيلات" عملك ودقائقه، وكذلك - وهذا هو الأهم - أهم أهدافه وما هو متوقع منك انجازه، أى أهم أهداف هذا العمل. وكذلك يمكنك أن تناقش تفصيلاً مع رئيسك كافة الموارد المتاحة لك، وكذلك فرص التدريب المتاحة لممارسة عملك على أكفأ ما يكون. وفي هذه الخطوة يجب عليك أن تتأكد من أنك متفق مع رئيسك في معرفة وفهم معايير الحكم على نجاح العمل، أو معايير الأداء الجيد.

6- التنفيذ الفعلي للعمل: بعد أن عرفت وفهمت ما الذى يجب أن تفعله، وكيف يمكنك أن تؤدي عملك بنجاح، يفترض أن تكون لديك أفكار واضحة عن الأشياء والمهام الأكثر أهمية لعملك، والمهام والأشياء الأقل أهمية. وإذا كان من الممكن أو من الجائز تجاهل المهام الأقل أهمية، فلا تتردد في ذلك، واستبعد على الفور تلك المهام التافهة. وإذا احتجت إلى مزيد من الموارد أو التدريب، فتفاوض مع رئيسك في ذلك.

والخلاصة، فإن أسلوب تحليل العمل يتضمن خمس خطوات متتابعة، وأنه يهدف إلى مساعدتك على :

أ - أن تصل إلى مرحلة الفهم والاتفاق المشترك مع رئيسك على كيفية قيامك بعملك على أكفأ وجه ممكن، وماهية أو طبيعة أو محكات أداء هذا العمل أداءً متميزاً.

ب- أن يجعلك متأكداً أنك متفق مع رئيسك في تحديد أهم جوانب هذا العمل، والتي يجب أن يكون تركيزك منصبا عليها إذا ما كان الوقت المتاح لك ضيقاً، أى المهام التي تعتبر العمود الفقري لعملك.

ج- أن يجعلك متأكدا أن كلا من الموارد والمعدات والتدريب وفريق العمل المطلوب، اللازمة لقيامك بعملك على خير وجه، متوافرة.

إن أسلوب تحليل العمل فعال جدا لمساعدتك على أن تفهم كيف تؤدي عملك بامتياز، وأن تفهم أولويات وأهم متطلبات هذا العمل. ولاشك أن فهم ذلك يساعدك كثيرا في إدارة الضغوط التي ربما تنشأ بسبب زيادة أعباء العمل، لأنك ستكون قادرا - وبفهم - أن تقرر ما الذي يجب عمله، وما الذي يمكن استبعاده أو إهماله أو تأجيله.

تخطيط الأداء

الوظيفة

هو التخطيط لإدارة الضغوط التي قد تنشأ عند أداء عمل مهم. فعندما يكون أى منا على أهبة الاستعداد للقيام بعمل ما يعتبره مهما أو مؤثرا، فإنه يعاني من بعض مظاهر القلق والتوتر قبيل إقدامه على أداء هذا العمل. وتزداد أعراض القلق والتوتر هذه إذا حدثت أية أخطاء أو مفاجآت غير سارة أثناء قيام الفرد بهذا العمل، خاصة إذا كان ذلك في حضور آخرين. والأسلوب الحالى يساعدك في التعامل مع مثل تلك المواقف، أى يساعدك على أن تكون "جاهزا ومستعدا" للتعامل الجيد، والتوافق مع ما قد ينشأ من ضغوط في أداء مستقبلي لعمل أو مهمة ما سوف تقوم بها.

كيفية الاستخدام

ربما يكون أسلوب "الوعى بالتفكير، والتفكير المنطقي، والتفكير الإيجابي" (وهو الأسلوب الذى سوف نعرضه بالتفصيل بعد ذلك في سادسا) كافيا لمساعدتك من إدارة المخاوف والقلق والأفكار السلبية التي قد تحدث لك قبيل تنفيذك لعمل أو أداء صغير وبسيط وأثنائه. أما بالنسبة للأحداث والأداءات الكبرى، فالأمر مختلف، ولا بد من خطة للاستعداد، خطة مسبقة نضعها لتساعدنا على التناول الفعال لما قد يقابلنا من مشكلات وصعوبات، عبر مشوار تنفيذ هذا العمل الكبير أو المهم. أما عن خطوات استخدام هذا الأسلوب فهي كما يلي:

- 1- قم بإعداد قائمة بسلسلة الخطوات والإجراءات التي يجب عليك القيام بها لإنجاز هذا العمل الكبير بترتيب حدوثها، وكذلك متطلباته المادية والعقلية، والمهم بدءاً من مرحلة الإعداد له، وحتى اكتمال، وتنفيذ آخر خطواته، وبما في ذلك المتطلبات المادية، وما يمكن أن تحتاج إليه من معدات أو أجهزة.
- 2- انظر في كل خطوة من تلك الخطوات المتابعة، وفكر جيدا في:

- أ - ما يحتمل أن يحدث من مشكلات أو أعطال فجائية في الأجهزة المستخدمة، وذلك في كل خطوة من خطوات العمل (جميع المشكلات والأعطال المحتمل حدوثها).
- ب- أى مشتتات أو أفكار سلبية قد تحدث لك وتؤدي إلى إرباكك، وخفض ثقتك في نفسك، أو تضعف من دافعتك خلال تنفيذك لهذا العمل، وذلك في كل خطوة من الخطوات.
- المطلوب - إذن - هو التفكير في أى مشكلات أو مفاجآت أو أحداث سلبية يحتمل أن تحدث أو تقابلنا خلال أى خطوة من خطوات تنفيذ العمل، وتمثل مصدرا للضغط. وسوف تجد أن تلك المشكلات تنقسم إلى نوعين : الأول يمثل معظم تلك المشكلات وهى مشكلات يعد احتمال حدوثها ضعيفاً جداً ويكاد يكون صفراً (مثلا كأن تفترض قيام حريق في المدرج أثناء إلقاء المحاضرة). وعليك استبعاد هذا النوع من المشكلات ولا تأخذها في اعتبارك عند إعدادك لخطة تنفيذ العمل. أما باقى المشكلات (النوع الثانى)، وهى المشكلات المعقولة أو احتمال حدوثها أو وجودها يكون كبيراً، فسوف تجد أنها تنقسم إلى ثلاث فئات:
- أ - مشكلات يمكنك عزلها والتخلص منها تماماً واتقاء شرها، وذلك عن طريق مزيد من الاستعداد الجيد (مثل أن توفر قطع غيار للجهاز الذى يحتمل أن يحدث به عطل (مثلاً). أى صعوبات ومشكلات يمكن التخلص منها نهائياً - وبالتالي لن تكون مصدراً لأى ضغوط - فقط بمزيد من الاستعداد والاحتياط.
- ب- مشكلات يمكن إدارتها والتعامل معها (وبالتالى لن تكون سبباً لأى ضغوط) من خلال تحاشي أو تجنب خطورتها غير المهمة أو غير الجوهرية. أى أنها حتى ولو حدثت، فمن الممكن أن نخطط لها، بحيث لا يؤدي حدوثها إلى أى خطورة أو آثار سلبية جوهرية، أى نحيدها ونجعلها قليلة الأثر.
- ج- مشكلات يمكن إدارتها من خلال اتخاذ خطوات وإجراءات استباقية بشأنها، أى أن نتهياً - مسبقاً - للتعامل معها، واستخدام ما يناسبها من أساليب إدارة الضغوط التى يمكن أن تتولد منها أو تنشأ عنها.
- 3- أعد قائمة مرتبة تسلسلياً بناء على خطوات العمل، لتلك المشكلات (مشكلات الفئة ج) باعتبار أنها المشكلات التى لم يتم السيطرة عليها مسبقاً، وبالتالي من المتوقع حدوثها - باحتمالات مختلفة ولكنها معقولة - خلال خطوات تنفيذ العمل.

- 4- قم بإعداد خطة توضح فيها ما يمكن أن تقوم به إذا حدثت أى مشكلة من تلك المشكلات، بحيث يكون رد فعلك مناسباً وهادئاً، ولا يعوقك الضغط الناتج عن تلك المشكلة عن التعامل معها بكفاءة واجتيازها إلى الخطوة التالية. خطة تجعل حدوث أى من تلك المشكلات - إذا حدثت - لا تؤثر فيك أو تضعف ثقتك في نفسك. وهدف هذه الخطة هو بصورة جوهرية استباق حدوث أى مشكلة، أى توقعنا المسبق لحدوثها وكيفية التعامل معها إذا حدثت، بحيث إذا حدثت بالفعل نكون مهئين لذلك، ونمتصها، ونتعامل معها بكفاءة بناء على الخطة المسبقة التي وضعناها لذلك.
- 5- اكتب تلك الخطة الاستباقية (المتضمنة لأى مشكلة محتملة وكيفية التعامل معها)، بطريقة وبشكل يكون من السهل عليك قراءتها والرجوع إليها عندما تريد. واجعلها دائماً معك في كل مراحل وخطوات تنفيذ العمل، وإذا حدثت أى مشكلة (من المشاكل المتوقعة والتي تم التخطيط للتعامل معها) ارجع على الفور إلى خطتك التنفيذية، وتعامل بهدوء وبساطة مع المشكلة التي حدثت، معتمداً على ما أعددت له مسبقاً.
- والخلاصة، فإن خطة الأداء تساعدك على أن تكون مستعداً وجاهزاً لانجاز أى عمل أو مهمة كبرى. فهي تجعلك مستعداً وقادراً للتعامل مع أى موقف طارئ، حيث إنك قد توقعته وتصورته سابقاً، وبالتالي خططت جيداً للتعامل معه إذا حدث على أرض الواقع.
- إن هذا الأسلوب يجعلك دائماً واثقاً بنفسك، لأنك لا تخشى الطوارئ أو المفاجآت السلبية المتوقعة حدوثها، لأنك سبق أن توقعتها، وأعددت نفسك للتعامل معها بكفاءة إذا حدثت وبالتالي، فهذا الأسلوب يجنبك الضغوط السلبية أو غير السارة التي تأتي بسبب عدم الاستعداد الجيد والتهيؤ المسبق لما يمكن أن يحدث من مشكلات.

(4) التخيل

الوظيفة : إدارة الضغوط أو التعامل معها ذهنياً

إننا جميعاً لا نكون في بعض الأحيان قادرين على تغيير موقف أو واقع معين لكي نتخلص من الضغوط الآتية منه أو بسببه، كأن نكون أمام أمر واقع لا مفر ولا مجال لتغييره. هنا وفي مثل تلك المواقف يصبح التخيل مهارة مفيدة للاسترخاء والتخفيف من ضغوط مثل تلك المواقف.

التخيل أداة فعالة لخفض الضغوط، خاصة حينما نستخدمه متزامنا مع أسلوب آخر مثل الاسترخاء الجسمي والتنفس العميق. والمبدأ الذي يجعل التخيل - بالشكل الذي تراه - وسيلة لخفض الضغوط هو أنك تستطيع أن تستخدم خيالك في إعادة تصور موقف ما، وأن تستمتع بذلك وأنت في حالة من الاسترخاء. وكلما كان تخيلك لهذا الموقف أو التشكيل قويا أو مكثفا، أدى ذلك إلى شعورك بمزيد من الاسترخاء.

وتزداد فاعلية أثر هذا الأسلوب في خفض التوتر الناتج عن الضغوط وزيادة الشعور بالاسترخاء، إذا استخدم مصاحبا لأسلوب العائد الحيوي، والذي يُمكنك من أن ترى أو تسمع الآثار الإيجابية للتخيل، وما يحققه - أمام عينيك عن طريق العائد الحيوي - من هدوء واسترخاء لأعضاء جسمك الداخلية والخارجية.

كيفية الاستخدام

أحد الاستخدامات الشائعة للتخيل بهدف الوصول إلى حالة الاسترخاء، هو أن يتخيل الفرد منظرا أو مكانا أو موقفا، يعتبر بالنسبة له آمنا ومريحا وجميلا ويشعره بالسعادة والبهجة. وعلى الفرد أن يستخدم كل حواسه في الصورة أو الموقف الذي يتخيله (يسمع أشياء جميلة، ويرى مناظر مريحة، ويشم روائح ذكية... الخ). فكلما تعددت الحواس المتضمنة في الموقف المتخيل، كان هذا التخيل أعمق وأوسع، وأدى إلى راحة واسترخاء أكبر. وإذا كان هذا الاستخدام الإيجابي للتخيل (تخيل شيء مريح وجميل وممتع) هو أكثر أشكال استخدام التخيل كأسلوب للاسترخاء والتخفيف من الضغوط، فإن هناك استخداما آخر للتخيل وهو أن يتخيل الفرد مسبقا ما يمكن أن يحدث له من ضغوط في موقف معين أو إذا واجه مشكلة ما. هنا يقوم الفرد بتخيل حدوث هذا الموقف أو تلك المشكلة، يتصورها ذهنيا، ويتصور ما يمكن أن يحدث بسببها... الخ. فإذا حدث هذا الموقف أو تلك المشكلة على أرض الواقع، يكون من السهل على الفرد أن يتعامل معها ويمتصها ويقلل من الضغوط المترتبة عليها، لأنه سبق وأن "قام ببروفة ذهنية تخيلية" لهذا السيناريو. استخدام ثالث للتخيل، وهو أن يتخيل الفرد نفسه وهو ينجح في أداء عمل ما أو مهمة ما أو يحقق هدف ما، فذلك يزيد من ثقة الفرد في نفسه، ويجعله على أرض الواقع، وعند تنفيذه لتلك المهمة أو سعيه الفعلي لإنجاز الهدف، أكثر كفاءة وقدرة على الإنجاز الفعلي.

والخلاصة: فإنك بالتخيل يمكنك أن تستبدل مناظر ومواقف تخلقها أنت في ذهنك، بمواقف أخرى فعلية أو حقيقية لا تشعرك بالراحة أو الاسترخاء. ويستجيب

جسمك لهذه المناظر والمواقف التي تخلقها في خيالك، حيث يصبح أكثر هدوءاً واسترخاءً، ويتوازن هرمونيا. ولكي تسترخي عن طريق التخيل، فكل ما عليك هو أن تتخيل - ومستخدمًا لكل ما يمكنك من حواسك - موقفاً أو منظراً، آمناً ومريحاً وممتعاً ويشعرك بالسعادة.

والتخيل يمكن أن يستخدم مصاحباً لأسلوب العائد الحيوي، بحيث يمكن للفرد أن يدرك مباشرة وبشكل واضح ما يحدثه التخيل من آثار إيجابية على أعضاء جسمه، سواء الداخلية والخارجية. كذلك يمكن تخيل الأحداث غير السعيدة، وبالتالي تكون مواجهتها - بعد ذلك - في الواقع أمراً ليس بالعسير.

(5) أساليب الاسترخاء الجسمي

لا تقل أساليب الاسترخاء الجسمي كفاءة عن أساليب الاسترخاء الذهني، فكلاهما فعال في خفض الشعور بالانضغاط. والواقع أن الفرد يمكنه أن يصل إلى أعلى درجات الاسترخاء إذا استخدمهما معاً وفي ذات الوقت.

كيفية الاستخدام

توجد ثلاثة أساليب تؤدي كلها إلى الاسترخاء الجسمي، حيث إنها تعمل على خفض الشد في العضلات، وتؤثر على كل علامات أو استجابات التوتر في كل أجزاء الجسم. وهي تكون ضرورية ومفيدة جداً للفرد حينما يحتاج إلى أن يفكر أو يعمل عملاً يتطلب دقة شديدة، وهو تحت ضغوط معينة، أي تفيد في حالة التفكير أو العمل تحت ظروف ضاغطة. وتلك الأساليب الثلاثة هي :

أ - التنفس العميق

رغم بساطة هذا الأسلوب، فإنه فعال في خفض الشد العضلي، مما يجعله أحد أهم أساليب الاسترخاء الجسمي. وهو مكون أساسي في تدريبات "اليوجا" التي تهدف إلى الهدوء والاسترخاء. وهو يكون أكثر فائدة إذا استخدم مصاحباً لأساليب استرخاء أخرى مثل الاسترخاء العضلي المتتالي، أو الاسترخاء التخيلي، حيث تزداد كفاءته في خفض التوترات.

ولكي تستخدم هذا الأسلوب، فكل ما عليك، أن تأخذ نفساً بعمق - على قدر ما تستطيع - عدد من المرات، وبعد كل زفير عليك أن تستشعر الاسترخاء في كل أجزاء جسمك. هذا هو كل ما تفعله : شهيق عميق ← زفير ← استرخاء... ثم تعيد الدورة عدد من المرات.

ب- الاسترخاء العضلي المتتالي

وهذا الأسلوب يفيد في استرخاء الجسم عندما تكون العضلات في حالة شد. وفي هذا الأسلوب يقوم الفرد بشد عدد من العضلات (عضلات الوجه أو البطن أو القدم... الخ) بحيث يصل إلى أقصى درجات أشد، ويظل على هذا الوضع (قمة الشد) لعدة ثواني، ثم بعدها يعود بها إلى وضعها الطبيعي أي إلى وضع الاسترخاء. ويكرر ذلك على مجموعة أخرى من العضلات، إلى أن يجعل كل جسمه (كل عضلات جسمه في حالة من الاسترخاء).

والفكرة الجوهرية هنا أن الفرد يمكنه أن يدرك الاسترخاء العضلي أكثر، ويكون من السهل عليه أن يقوم به، إذا قام أولاً بشد عضلاته وشعر بالألم فيها، أما إذا بدء من مرحلة "الوضع الطبيعي للعضلات" (أي لا يقوم بشدها) محاولات أن يجعلها مسترخية، فإن ذلك سيكون صعباً، ولن يستطيع إدراك ما يحدث لعضلاته من استرخاء. لذا فمن الضروري أن نبدأ بالشد، وأن نصل بهذا الشد العضلي إلى أقصى درجاته حتى يمكننا أن ندرك - بعد ذلك - ما يحدث لها من استرخاء. فلو كانت قبضة يدك مفتوحة أو في وضعها الطبيعي، وأردت أن تجعل عضلاتها أكثر استرخاء، فقد تجد صعوبة من ذلك، ولكنك إذا أغلقت أصابعك بشدة، وجعلت كف اليد يأخذ شكل "اللكمة" وعاشت هذا الشد لمدة 5 - 10 ثواني، ثم بعد ذلك فتحت يدك، وعادت أصابعك لوضعها الطبيعي، فسوف تدرك ما تحقق في عضلات تلك المنطقة من استرخاء.

ج- الاسترخاء العضلي العميق

وهو أسلوب فعال لتحقيق الهدوء والاسترخاء الشديد في معظم أعضاء الجسم وعضلاته الداخلية والخارجية، وفيه يهدأ التنفس، وتهدأ عضلة القلب، ويقل معدل حاجتنا للأكسجين، وتزيد مقاومة الجلد.

ويمكن للفرد أن يقوم بهذا النوع من الاسترخاء، كما يلي :

- 1- اجلس في وضع مريح وهادئ.
- 2- أغلق عينيك.
- 3- ابدأ بإجراء الاسترخاء في عضلات جسمك من أسفل إلى أعلى مبتدئاً بعضلات القدمين.
- 4- ركز انتباهك على تنفسك، واجعله منتظماً.
- 5- خذ شهيقاً عميقاً، ثم ازفر بهدوء، وقم بعد عدد مرات تنفسك، واذكر رقم كل مرة تنفس (كل شهيق وزفير) عند قيامك بها، لأن ذلك يجعل ذهنك مشغولاً

بشيء ما (وهو هنا مرات تنفسك التي تقوم بعدها وذكرها بصوت مسموع)، وبالتالي لا تتأثر بمشتتات أخرى.

وعليك أن تقوم بذلك لمدة تتراوح بين 10-20 دقيقة.

ويمكنك إجراء هذا النوع من الاسترخاء بشكل آخر، وهو أن تظل الخطوات الأربع الأولى كما هي، ولكن يتم تغيير الخطوة الخامسة، فبدلاً من أن تقوم فيها بعد مرات تنفسك، يمكنك استخدام الاسترخاء التخيلي، كما أوضحنا في "خامسا".

الخلاصة، فإن : التنفس العميق، والاسترخاء العضلي المتتالي، والاسترخاء العضلي العميق كلها أساليب تؤدي إلى ما يمكن أن نسميه استجابات الاسترخاء، حيث تساعدك على أن ترخي جسمك وتتحكم فيه أو تحسن إدارة أعراض وعلامات الشد والتوتر. ويكون من المفيد استخدام هذه الأساليب قبل الإقدام على ممارسة عمل مهم أو حساس، لأنها تؤدي إلى خفض الضغوط بشكل عام.

(6) الوعي بالتفكير، والتفكير المنطقي، والتفكير الإيجابي

يتحدد مقدار ما نشعر به من ضغوط - بسبب موقف ما - على طريقة إدراكنا لهذا الموقف. وأحياناً ما يكون هذا الإدراك صحيحاً، وكثيراً ما يكون خاطئاً أو غير موضوعي بالمقدر الملائم. فنحن كثيراً ما ننسى فهم دوافع أو تصرفات الآخرين، أو نقفز على الأحداث ونصل إلى استنتاجات عادة ما تكون خاطئة. ونتيجة لهذا، فإننا كثيراً ما "نخلق" الضغوط لأنفسنا بأنفسنا، نتيجة سوء إدراك المواقف أو الأشخاص، وبالتالي يقودنا ذلك إلى التفكير السلبي.

والوعي بالتفكير، والتفكير المنطقي، والتفكير الإيجابي، هي أهم أدوات يمكن للفرد استخدامها ليغير هذا الإدراك الخاطئ أو التفكير السلبي، ومن ثم يتخلص أو يخفف ما ينشأ بسببهم من ضغوط.

مقدمة

سبقت الإشارة إلى أن أكثر التعريفات قبولاً للضغط، تشير إلى أن الضغط يحدث عندما يدرك الفرد أن حاجاته ومتطلباته تزيد على موارده الشخصية والاجتماعية المتاحة. ومعنى هذا أن الفرد - قبل أن يشعر بالضغط من عدمه - يقوم بحكمين أو عمليتين إدراكيتين : أولاً فهو يحكم أو يدرك أنه يشعر بالتهديد من موقف أو شخص أو شيء ما، والثاني هو ما إذا كانت إمكانياته وموارده كافية وملائمة لمواجهة هذا التهديد. إذن، فمقدار ما نشعر به من ضغوط يتحدد في ضوء هاتين العمليتين: إلى أي مدى ندرك أو نرى موقفاً أو شيئاً ما مهدداً بالنسبة لنا،

وإلى أى مدى تكفى أو تلائم مواردنا وإمكاناتنا بحيث يمكننا من مجابهة هذا التهديد. إذن، لا توجد مواقف أو أشياء مهددة في ذاتها أو بذاتها، ولكن إدراكنا وتفسيرنا للموقف هو الذى يحدد درجة ما نشعر به من ضغط حياله أو بسببه. ومن هنا، فإن الجانب الإدراكي والمعرفي يلعب دوراً أساسياً فيما يمكن أن ندركه من ضغوط تقع علينا، وفي أسلوب تناولنا وإدارتنا لتلك الضغوط.

كيفية الاستخدام

يكون تفكير الفرد سلبياً إذا كان دائماً يخاف من المستقبل، ويقلل من شأن إمكاناته، ودائم النقد لذاته، ومحاملاً لنفسه مسئولية أى خطأ يقع فيه، ويشك في قدراته، ويتوقع دائماً الفشل. إن التفكير السلبي يحطم ثقة الفرد بذاته، ويقود إلى تدهور الأداء، وشلل في المهارات المعرفية.

أما الوعي بالتفكير، فالمقصود به تلك العملية التي من خلالها نراقب أفكارنا، ونصبح على وعى بما نفكر فيه، وبما يدور في عقولنا. وأحد الأساليب التي يمكننا أو تساعدنا على ذلك - على أن نكون واعين بتفكيرنا - هي أن نلاحظ تيار الشعور، ونحن نفكر في موقف ضاغط، أى ألا نقمع أى فكرة ترد إلى ذهننا في هذا الموقف، بل ندع جميع الأفكار تنساب وتتداعى بحرية وتلقائية، ونحن نلاحظها، كمن يتابع شريط سينما تتوالى عليه مجموعة من المناظر والصور. ثم بعد ذلك تقوم بكتابة كل تلك الأفكار.

أسلوب آخر للوعي بالتفكير، هو أن نقوم بحصر وتبويب الضغوط التي نسجلها في يومياتنا (المدونات اليومية). فهذا يساعدنا على تحديد كل المواقف والأشياء غير السعيدة التي مرت بنا خلال فترة معينة كأن تكون أسبوعاً أو أسبوعين، وهذا سوف يشتمل على أفكارنا السلبية، وعلى المواقف والأشياء الذي أدركناها وفكرنا فيها على أنها سلبية. فالفرد إذا قام بحصر وتبويب أفكاره السلبية خلال فترة معينة، فإنه يستطيع أن يحدد أهم مناطق ومجالات وأنماط تفكيره السلبي (متى وأين، وكيف، ولماذا يفكر سلبياً). وعندما يحلل تلك المدونات اليومية - بعد أسبوع أو أسبوعين- يستطيع أن يتعرف على أكثر أفكاره السلبية شيوعاً، وخطورة، ومن ثم يصبح من السهل عليه محاولة تغييرها.

إن الوعي بالتفكير هو الخطوة الأولى في عملية إدارة وضبط التفكير السلبي، لأننا - ببساطة- لا نستطيع أن ندير أو نتحكم في أفكار لسنا على وعى بها. فهي أولاً أفكارنا السلبية، ثم يصبح من السهل إدارتها وتغييرها.

التفكير المنطقي: الخطوة التالية في التعامل مع التفكير السلبي هي مجابهة أو مقاومة الأفكار السلبية التي استطعنا تحديدها في الخطوة السابقة باستخدام أسلوب الوعى بالتفكير.

انظر في كل فكرة من الأفكار السلبية - التي قمت بكتابتها في الخطوة السابقة - وتمعننا وفكر فيها منطقياً لتكتشف فسادها، اسأل نفسك : هل هذه الفكرة معقولة أو مقبولة؟ هل تقوم على أساس صحيح؟ هل لها ما يبررها ويجعلنى أتمسك بها؟

عليك - إذن - أن تقوم بدحض وتحطيم كل ما حددته لنفسك من أفكار سلبية، أو كل الأفكار السلبية التي اكتشفت أن تستخدمها أو تسيطر على أسلوب تفكيرك. وعلى سبيل المثال: لنفرض أنك اكتشفت - من خلال أسلوب الوعى بالتفكير - أن أحد الأفكار السلبية التي توجد لديك وتحكم إدراكك وتفكيرك في معظم المواقف، هي فكرة: "مشاعر عدم الكفاءة، أو الإحساس بأنك غير فعال أو غير كفء وغير مؤثر". هنا يمكنك مواجهة ودحض تلك الفكرة كما يلي :

اسأل نفسك الأسئلة التالية: ألم أتلق التدريب الكافي والمناسب، ولدى المهارات والمعلومات اللازمة والتي تؤهلني للقيام بعملية على خير وجه؟ أليس كل ما أحججه من موارد وإمكانات متوفر ومن اليسير استخدامه؟ ألم أخطط جيداً، وأعد العدة لكل خطوات العمل الذي أقوم به؟ فإذا كانت إجاباتك عن مثل هذه الأسئلة بالإيجاب (وهو ما يجب أن يكون)، فقل لنفسك: ما الداعي - إذن - لأن أشعر بأنني غير قادر على القيام بهذا العمل... إن ذلك تفكير سيئ وغير صحيح، وليس هناك ما يبرره. أما إذا وجدت أن هناك ما يبرر موضوعياً وجود مثل تلك الفكرة السلبية - كأن يكون هناك نقص في الموارد أو في التدريب - فقم على الفور باستكمال هذا النقص.

أنك حينما تواجه - منطقياً - أفكارك السلبية، فسوف تكون قادراً على أن تكتشف - وبأسرع مما تظن - ما إذا كانت تلك الأفكار خاطئة تماماً وليس هناك ما يبررها، أم أن هناك - موضوعياً وواقعياً - ما يستدعى وجودها. وفي الحالتين يصبح من السهل عليك مواجهة تلك الأفكار، والتخلص منها، إما بدحضها إذا كانت خاطئة، وإما باستكمال الثغرات، أو النواقص الموضوعية التي أدت إليها.

الخطوة الأخيرة: في التخلص من التفكير السلبي - هي ألا نكتفى بمجرد تحديدك لأفكارك السلبية، ودحضها، بل عليك بأن تحل محلها أفكاراً إيجابية مضادة، ويتم ذلك من خلال ما يسمى التوكيدات الإيجابية الذي من خلاله تذكر وتؤكد لنفسك على فكرة إيجابية تحل محل الفكرة السلبية.

ونعود إلى المثال السابق (أنا غير كفء لهذا العمل). فبعد أن دحضت منطقيا تلك الفكرة السلبية، فيمكنك أن تنظر إلى موقف العمل (الذي عندما تعرضت له سابقا أدركته سلبا وخرجت بتلك الفكرة السلبية) من جديد، وتعيد إدراكه في ضوء أفكارك وتصوراتك الجديدة، وتصوغ عدد من التوكيدات الإيجابية حيال هذا الموقف، فمثلا تستطيع أن تقول لنفسك: لقد تدربت جيدا تدريباً يؤهلني للقيام بهذا العمل، ولديّ من الخبرات والأدوات والموارد ما يمكنني من ذلك، ولقد استعديت لذلك جيدا واحتاط لكل الاحتمالات والمشاكل الممكنة... وبالتالي تخرج بتوكيد إيجابي جديد - يحل محل الفكرة السلبية القديمة - وهو : أنا أستطيع القيام بهذا العمل بكفاءة.

واجعل توكيداتك الإيجابية هذه قوية وواضحة، وذات مضمون انفعالي قوى، وعبر عنها في صيغة الحاضر (أستطيع - أقدر - يمكنني ... الخ). وعليك أن تقوم بكتابة تلك التوكيدات الإيجابية، حتى يمكنك الرجوع إليها أو الاستعانة بها عند اللزوم.

إن تلك التوكيدات الجديدة هي مكون جوهري من التفكير الإيجابي، والذي سوف يجعلك قادرا على مواجهة والتغلب على مواقف كانت تبدو لك - سابقا - سلبية أو صعبة ومثيرة للضغط، بل سوف يجعلك التفكير الإيجابي قادرا على اكتساب مهارات جديدة بسهولة، سيجعلك قادرا على أن ترى نفسك على أنك فرد قادر على مواجهة المشاكل والصعوبات بإيجابية، وهو ما يتيح لك مزيد من فرص الترقى والتقدم.

والخلاصة، فإن تلك العمليات أو المكونات الثلاثة - الوعي بالتفكير، والتفكير المنطقي، والتفكير الإيجابي - تساعدك كثيرا في إدارة ومواجهة الضغوط الناشئة عن التفكير السلبي. فالوعي بالتفكير يساعدك على تحديد وفهم أفكارك السلبية، والذكريات والمواقف التي تدركها أو تعتبرها سيئة أو غير سعيدة أو مصدرا للضغط، ويساعدك على أن تضع يدك على أخطائك في إدراك وتفسير المواقف والتصرفات، وهو ما يؤدي إلى التأثير السلبي على أدائك، وعلى ثقتك بنفسك.

والتفكير المنطقي أسلوب يساعدك على مواجهة تلك الأفكار السلبية ودحضها، فعن طريقة تثبت لنفسك - منطقيا - أن تلك الأفكار السلبية أفكار غير صحيحة ولا يوجد ما يبررها، وبالتالي ليس هناك ما يدعو إلى الاعتقاد فيها أو التمسك بها.

أما التفكير الإيجابي فيتم استخدامه لخلق توكيدات إيجابية تحل محل الأفكار السلبية غير المنطقية وغير المبررة. وتلك التوكيدات الإيجابية تزيد ثقتك بنفسك

وتجعلك قادرا على إدراك الموقف بأفق واسع، وقادراً على إدراك جوانب لم تكن قادرا على إدراكها من قبل، مما يجعلك قادرا على التعامل مع كل المواقف مهما بدت صعبة أو معقدة.

(7) الراحة والنوم

كل الأساليب التي عرضنا لها فيما سبق، خاصة بالتعامل مع ضغوط نوعية ومحددة وقصيرة المدى. وبالطبع هناك نوع آخر من الضغوط، وهى الضغوط طويلة المدى، أو ذات طبيعة تسمح لها بالدوام أو الوجود المستمر. ضغوط ذات طبيعة عامة، فمثلا سيظل للعمل ضغوطه ما دام الإنسان يعمل، وستظل للحياة ضغوطها ما دمنا أحياء ونواجه العالم. ومن ثم، فإن إهمال تلك الضغوط - وترك الأمور تسير على هذا النحو أمر خطير، وإذا ظلت تلك الضغوط قائمة ومستمرة كجزء من حياة الفرد، فإن مصيره هو "الاحتراق"، أى سوف تتلاشى طاقته ويضمحل أداؤه تدريجيا إلى أن يسقط تماما، كالشمعة التى تحترق أو تتلاشى تدريجيا. علينا - إذن- ألا نسلم أنفسنا لأعباء العمل - مهما زادت- وأن نقاوم الضغوط طويلة المدى التى تنشأ بسبب تلك الأعباء. الراحة، والنوم - إذن - هما أولى خطوات إدارة أعباء العمل.

كيفية الاستخدام

إننا يجب أن نرتاح، وننام، لأننا - ببساطة - نحتاج إلى ذلك، ولا يمكن أن تستمر حياتنا بدون ذلك. والراحة هى كل ما نفعله ويجعلنا بمنأى عن أى ضغوط. فالراحة فى نهاية اليوم، أو فى نهاية الأسبوع، تساعدنا على أن نظل هادئين ومتماسكين.

الراحة لا تعنى أنك لا تفعل أى شئ. فعندما تقوم بأشياء أو هوايات تحبها فى وقت فراغك، فإن ذلك يعوض ما نتعرض له من ضغوط فى أعمالنا، ويجعل حياتنا أكثر توازنا. ويكون الفرد أحوج ما يكون إلى هذا، إذا كانت طبيعة عمله تحتم عليه التعرض لمستويات عالية من الضغوط المتواصلة. ومن أحسن أساليب الراحة التى تقلل من حدة الضغوط طويلة المدى، هى أن يقوم الفرد بممارسة رياضة أو هواية محببة أو ممتعة بالنسبة له.

وإذا كانت طبيعة عملك يغلب عليها التنافسية والتحدى، فقم بممارسة هواية أو رياضة ذات طبيعة تنافسية منخفضة، أو ممارسة أى شئ لا تنافس فيه. وكذلك، فإن الأنشطة البدنية البسيطة والبطيئة كالمشي تعد ذات فائدة كبيرة، لأنها تخلو من

وجود ضغوط عند أدائها. وكذلك، فإن قراءة الروايات والقصص المسلية، ومشاهدة التلفزيون، والأنشطة الاجتماعية كلها وسائل مفيدة وتؤدي إلى الراحة.

وكذلك، فإن الإجازات في غاية الأهمية، وشئ لا غنى عنه أبداً. والنصيحة هنا ألا تجعل إجازتك أسبوعاً واحداً، بل اجعلها أسبوعين، حيث تبين أن الناس لا تبدأ في الشعور بالاسترخاء والهدوء إلا في نهاية الأسبوع الأول من إجازتهم وليس - كما يتصور البعض - منذ اليوم الأول من الإجازة. وكذلك عليك أن تفعل في تلك الإجازة كل ما يجعلك تشعر بالهدوء والاسترخاء التام، وأبحث عن كل ما يجعلك مستمتعاً فرحاً.

أما بخصوص النوم، فإن الغالبية العظمى من الناس تحتاج إلى حوالي ثماني ساعات للنوم ليلاً، وإن كان هناك من يكفيهم ثلاث ساعات فقط، وهناك من يحتاج ليس أقل من إحدى عشرة ساعة، ويتوقف ذلك على عوامل بيولوجية وثقافية ونفسية عديدة. وإذا عانى الفرد من نقص في ساعات النوم التي يحتاجها، واستمر ذلك لعدة أيام فإن انتباهه وتركيزه سوف يضطرب، وتنخفض فاعلية أدائه بشدة، وينخفض مستوى الطاقة لديه. وبالطبع، فإن كل ذلك سوف ينسحب ويؤثر سلباً على أدائه لعمله، وبالتالي يصبح هذا العمل مصدراً لضغوط أكبر.

فعندما يضطرب التركيز - نتيجة لقلة النوم - تكثر الأخطاء التي يقع فيها الفرد. وعندما ينخفض مستوى الطاقة، تصبح أقل حماسة في أداء أعمالنا، وبالتالي يقل تحكمنا في الأحداث والأمور من حولنا، وهو ما يعنى أن الموقف الذي كنا نراه أو ندركه على أنه صعب، سوف يصبح في هذه الحالة أكثر صعوبة، ومن ثم مصدراً لضغوط أكثر.

لهذا فمن الضروري أن تأخذ قسطاً وافراً من النوم، وأن تحرص دائماً على ذلك، فالنوم الكافي هو أنسب وسيلة لاسترداد الطاقة المفقودة، والحفاظ دائماً على مستوى طاقة ونشاط مرتفع.

(8) مقياس القابلية للاحتراق^(*)

يحدث الاحتراق للأفراد "الغارقين" أو المنغمسين تماماً في أعمالهم وكأنها كل دنياهم، وكأن - العمل - هو المصدر الوحيد الذي يستمد منه هذا الفرد (القابل

(*) المقصود بالاحتراق هو التعرض المتواصل، وطويل المدى للضغوط، وهو ما يؤدي - وبالتدريج - إلى إنهاك تدريجي في صحة الفرد الجسمية والنفسية، ينتهي بسقوطه ضعيفاً مريضاً لا يقدر على شئ. تماماً كالشمعة التي لا تنطفئ أبداً (تخلص من الضغوط). فبعد مدة - طالت أو قصرت - سوف تنتهي وتتلشى وتحترق تماماً.

للاحتراق) هويته ومعناه. وعندما تفقد الأشياء التي كانت تثير حماس ودافعية مثل هؤلاء الأفراد في عملهم معناها أو أهميتها بالنسبة لهم، وعندما تكثر من حولهم أشياء يدركونها على أنها غير سارة، هنا يحدث ما يمكن أن نسميه الاحتراق الفجائي أو الكامل.

والأداة التالية تساعدك في الكشف عن مدى استعدادك للاحتراق، وإلى أي مدى أنت قريب أو بعيد عن ذلك. وتلك الأداة تتكون من 15 بنداً، ويُجاب عن كل بند باختيار أحد خمسة بدائل، وذلك على النحو التالي.

التعليمات: فيما يلي عدد من الأسئلة (15 سؤالاً)، اقرأ كل منها بعناية، وحدد إجابتك باختيار بديل واحد من البدائل الخمسة بالنسبة لكل سؤال. ولا تنسى أنك سوف تختار بديلاً واحداً ليُعبّر عن إجابتك عن كل سؤال.

م	العبارة	لا يحدث أبداً	نادراً ما يحدث	أحياناً ما يحدث	عادة ما يحدث	دائماً ما يحدث
1	هل تشعر بأن هناك انخفاضاً وتدهوراً تدريجياً مستمراً في صحتك أو طاقتك الجسمية أو الانفعالية؟					
2	هل تفكر في عملك تفكيراً سلبياً يدعو إلى التشاؤم واليأس وقلة الحيلة.					
3	هل ترى أنك قاسى أو تبدو غير متعاطف في تعاملاتك مع الآخرين؟					
4	هل تتوتر وتشعر بالشد والضييق عندما تواجهك مشكلات صغيرة، أو بسبب زملائك في العمل؟					
5	هل تشعر أن زملاءك في العمل لا يفهمونك بالقدر الواجب، ولا يقدرّونك حق قدرك؟					
6	هل تشعر أنك لا تجد شخصاً لتتحدث إليه؟					
7	هل تشعر بأن ما تحققه أو تنجزه أقل مما تريد أو تأمل؟					

إدارة التغيير التنظيمي

م	العبارة	لا يحدث أبدا	نادرا ما يحدث	أحيانا ما يحدث	عادة ما يحدث	دائما ما يحدث
8	هل تشعر أنك يمكن أن تنجح في أداء عمل ما، حتى ولو كنت تؤديه تحت ضغوط أو في ظل ظروف غير سعيدة.					
9	هل تشعر أنك لم تحقق ما كنت تتمناه في عملك، أو لم تحقق طموحاتك الوظيفية؟					
10	هل تشعر بأنك تعمل في المنظمة "الخطأ" أو تمارس المهنة أو الوظيفة "الخطأ"؟					
11	هل أصبحت محبطا متشائما بسبب بعض الأمور المتعلقة بعملك؟					
12	هل تشعر أن سياسات المنظمة التي تعمل فيها ونظمها الإدارية، تعوقك عن أداء عملك بكفاءة؟					
13	هل تشعر أن العمل الذي تؤديه الآن أقل من قدراتك، ولن تستطيع أن تقوم بما هو أكبر أو أصعب مما تقوم به الآن؟					
14	هل تشعر بأنه ليس لديك الوقت لأداء أشياء مهمة تعتبرها أنت ضرورية ومهمة لكي تنجز عملك أو تمارس وظيفتك بطريقة أكفأ مما هي عليه الآن؟					
15	هل تعتقد بأنه ليس لديك الوقت لكي تخطط لعملك بالأسلوب الذي يرضيك؟					

التصحيح وحساب الدرجة الكلية

يتراوح متصل البدائل الخمسة بين درجة واحدة (لم يحدث إطلاقا) وخمس درجات (يحدث دائما). ولذلك، فالدرجة الكلية على المقياس تتراوح بين 15-75.

أما عن دلالة الدرجة الكلية للفرد، فهي كما يلي

15-18: لا دليل على أي خطورة أو قابلية للاحتراق، فالأمور تسير على ما يرام.

- 19-32: مؤشر بسيط على الاحتراق، وقد يصبح الموقف مزعجاً إذا كانت هناك عوامل شديدة التأثير على الفرد (أى أكثر من سؤال كانت إجابته عليها هى اختيار البديل رقم خمسة).
- 33-49: هنا يلزم الحرص والحذر، فالفرد فى منطقة الخطر، خاصة إذا كانت هناك أسئلة كثيرة اختار للإجابة عنها البديلين 4، 5.
- 50-59: احتمالية "الاحتراق" كبيرة، وعلى الفرد أن يغير فوراً من ظروفه، وأن يفعل كل ما يمكن لتغيير ما هو فيه.
- 60-75: أعلى درجات احتمالية الاحتراق، والخطورة شديدة جداً ولا بد من تغيير الموقف فوراً.

الفصل السادس مهارات إدارة الوقت

الفصل السادس^(*)

مهارات إدارة الوقت

مقدمة

يناقش هذا الفصل أهم مهارات إدارة الوقت، أى كيف يمكن للفرد أن يستخدم وقته ويستثمره ويستفيد منه أقصى استفادة ممكنة. والواقع أن كفاءة إدارة الوقت هى أهم خصائص الأفراد الناجحين والفعالين فى كافة المهن والمجالات. فهؤلاء الأفراد يستخدمون - وبشكل دائم - أساليب معينة تساعدكم على استثمار وقتهم، وتعزيز كفاءة استخدامهم. ويمكنك أن تصبح مثلهم ناجحاً فعالاً إذا أحسنت استغلال وقتك، مهما كانت أعبائك كثيرة ومشغولياتك متعددة. فتلك الأساليب أو المهارات سوف تساعدك على تحقيق أحسن النتائج وأفضل الإنجازات حتى لو كان الوقت المتاح لك محدوداً.

وفى البداية نؤكد على أن جوهر إدارة الوقت بكفاءة، هو أن يكون الفرد واعياً ويعمل وفق المبدأ التالى:- "ليكن اهتمامك وتركيزك منصبا على ما تريد تحقيقه من نتائج، وليس على كونك مشغولاً، أو مجرد أنك تقوم بعمل معين"، أى اجعل دائماً الهدف من الأداء أو نتيجة الأداء نصب عينيك، وهى محل اهتمامك الأساسي.

ويكتسب هذا المبدأ أهميته مما نلاحظه من أن معظم الناس يقضون معظم أوقاتهم وهم "يعملون" ويمارسون شيئاً ما بمنتهى الهمة والنشاط، إلا أن ما يحققونه من ذلك أو الإنجاز الذى يحصلونه يكون بسيطاً ضعيفاً ولا يتناسب أبداً مع المجهود الذى يبذلونه. والسبب فى ذلك - ببساطة - أنهم لا يركزون على الأشياء الصحيحة، أى لا يكون النشاط والجهد المبذول فى موضعه الصحيح.

وهذا ما أشار إليه عالم الاقتصاد الإيطالى الشهير "باريتو" فى مبدئه الشهير المعروف باسم "مبدأ باريتو" أو ما يطلق عليه البعض مبدأ (80 % 20) والذى يؤكد أن 80% من أى عمل أو مجهود أو نشاط غير مركز (أى ليس فى موضعه الصحيح أو فى صميم تحقيق الهدف منه) لن يحقق إلا 20% فقط من النتائج المنشودة، وأن الـ 80% الباقية من تلك النتائج يمكن أن تتحقق بـ 20% فقط من عمل أو مجهود مركز ومنظم (فى موضعه أى فى صميم تحقيق الهدف).

(*) يمثل هذا الفصل ترجمة بتصرف لفصل مهارات إدارة الوقت من كتاب أدوات العقل لجيمس مانكيتلو (Manktelow, 2005).

ومعنى هذا أن جوهر مهارة إدارة الوقت بكفاءة هو ألا أضيع وقتاً (أو مجهوداً) في مهام ثانوية أو هامشية، ولكن علينا أن نعرف كيف نوظف الوقت في التعامل مع ما يستحق، أى مع المهام الأساسية المحققة لما ننشده من نتائج، وهذا هو ما يحقق لنا أحسن استثمار للوقت؛ وسوف نعرض لعدد من أساليب إدارة الوقت، مثل:

- 1- تقدير قيمة الوقت: أى معرفة وتحديد ماذا يساوى وقتك أو ما قيمته ؟
 - 2- سجلات الأداء: أى معرفة: كيف تقضى وقتك، أو ماذا تفعل بوقتك؟
 - 3- خطط الأداء: أى التخطيط لاستخدام الوقت بكفاءة صورة ممكنة عند التعامل مع موضوع أو مشكلة ما، بحيث تحصل على أعلى نتائج ممكنة في أقل وقت ممكن.
 - 4- قوائم تحديد الأولويات: أى التركيز على البدء دائماً بالأهم والأكثر فائدة، وعدم تبديد الوقت فيما هو هامشي أو غير مثمر في سبيل تحقيق الهدف.
 - 5- تحديد الأهداف: أى تحديد أولوياتك الشخصية أو الذاتية، وماذا تريد؟ وما هى أهدافك من الحياة؟
 - 6- التبويب: أى تنظيم الوقت في ضوء المهام المراد القيام بها، بحيث يتم التخطيط لاستخدام الوقت واستثماره بكفاءة ما يمكن.
- وفيما يلي نعرض لهذه الأساليب بقدر من التفصيل.

أولاً: قدر قيمة وقتك

الوظيفة: معرفة وتحديد ماذا يساوى وقتك ما قيمته؟

كيفية الاستخدام: أكدنا في المقدمة أن جوهر إدارة الوقت بكفاءة يكمن في التركيز على النتائج، أو ما نريد تحقيقه جراء ممارستنا لعمل معين أو نشاط ما. وأولى خطوات ذلك (تعلم الفرد أن يركز دائماً على النتيجة) هو أن يعرف الفرد قيمة وقته، لأن ذلك سوف يساعده على إدراك ما إذا كان يستخدم وقته بشكل مفيد أم لا.

- 1- فإذا كنت تعمل في منظمة ما، فعليك أن تحسب تكلفتك، أي ما تكلفه لتلك المنظمة في السنة: مرتبك وبدلاتك وثمان ما تستهلكه من أدوات ومعدات ... الخ، كل ما تكبده للمنظمة من مصاريف. أما إذا كنت تعمل عملاً خاصاً بك وحدك، فاحسب جميع المصاريف السنوية الخاصة بهذا العمل.

- 2- الخطوة الثانية هي أن تضيف إلى الرقم السابق (المحدد من الخطوة الأولى) رقما آخر هو تقدير لك لصافي المكسب الذي تبغى تحقيقه من هذا العمل أو النشاط الذي تمارسه.
 - 3- الخطوة الثالثة هي أن تحدد عدد ساعات عملك في السنة، فإذا كنت موظفا، فإن عدد أيام عملك السنوية حوالي 200 يوم أى 1600 ساعة عمل، أما إذا كنت تعمل في مجال آخر، فاحسب أن عدد ساعات عملك السنوية هي 1500 ساعة.
 - 4- احسب قيمة أو ثمن ساعة عملك (قسمة حاصل الخطوة الثانية على عدد ساعات العمل السنوية) وهذا الرقم سيعطيك مؤشرا معقولا لثمن أو قيمة وقتك، وسوف تكتشف كم هو غال وثمان!!!!.
 - 5- أخيرا عليك عندما تقوم بنشاط أو مهمة ما - سواء في منظمك أو فيما يخص عملك الخاص - أن تتذكر تلك القيمة (ثمان وقتك)، وأسأل نفسك: هل ما أقوم به الآن مناسب لثمن أو قيمة وقتي؟ هل ما أقوم به الآن هو تبديد لما يصرف على، أم هو عمل يستحق أن أقوم به لأنه سيحقق نتائج كانت ويؤتي بفائدة أكبر من ثمن وقتي وتكلفته.
- والخلاصة، فإن حساب قيمة وقتك يساعدك على الوعي ومعرفة وتحديد قيمة وقتك، وما إذا كانت مهمة ما تستحق أن تقوم بها أم أنها وقت مهدر لا فائدة منه. فإذا تبين لك أنك تقضى وقتا كبيرا في مهام قليلة الفائدة، أى لا تأتى بكسب أو فائدة أعلى من التكلفة أو المنصرف عليها (معتمدا في ذلك على ثمن أو قيمة ساعة عملك)، فتأكد أنك في حاجة ماسة إلى تغيير هذا الوضع القائم، لأنه - ببساطة - يعنى سوء إدارة واستثمار للوقت، وإهدار له لا يجب أن يكون.

ثانيا: حدد أولويات نشاطك

الوظيفة: أن تعرف كيف، وفي ماذا يجب أن تقضى وقتك.

كيفية الاستخدام: أحد المكونات المهمة للتركيز على النتائج (والذى هو جوهر إدارة الوقت بكفاءة كما سبق وأشرنا) هو أن نحدد المهام التى تستحق التركيز عليها، وأن تكون محل اهتمامنا الأول، المهام التى يكون إنجازها هو أقرب طريق للوصول إلى النتيجة النهائية أو العائد المنشود، المهام والأداءات الجوهرية والمهمة لإنجاز عمل ما بكفاءة ما يمكن فى أقل وقت ممكن.

ولكى ننجح فى ذلك، ونستخدم هذا الأسلوب بكفاءة، فعلى المرء أن يركز على ثلاثة جوانب: الأول هو ضرورة أن يعرف، ويحدد بدقة ما الذى يتمتع بأدائه أو ما يحب أن يعمل، والثانى أن يعرف - وبدقة - جوانب قوته وجوانب ضعفه: ما الذى يجيده وما الذى لا يستطيع عمله، ما المهارات التى يمتلكها ويجيدها، والأخرى التى يفتقر إليها، والثالث أن يعرف - بدقة - طبيعة العمل الذى يؤديه أو المكلف به، وما متطلباته، وكيف يؤديه على أحسن ما يمكن، أى يحدد كل جوانب عمله ومتطلباته.

1- افعل ما يمكنك: من أهم مكونات الرضا عن الحياة واستمتاع الفرد بها، أن يكون الفرد مستمتع بالعمل الذى يؤديه. والفرد الذى يعرف - بشكل عام - ما الذى يحبه ويستمتع بأدائه، وما الذى لا يحبه، سوف يسعى جاهدا، بل وسيكون قادرا على أن يجعل من العمل الذى يؤديه والمهام المتعلقة به، أشياء مماثلة للأشياء التى يستمتع بها، وذلك على العكس من شخص آخر لا يعرف ماذا يحب، ويكون كارها أو نافرا من عمله. من الضروري - إذن - أن نحاول قدر الإمكان أن نفعل ما نحب، وبالتالي أن نحب ونستمتع بأعمالنا، مع التسليم بأننا جمعيا نضطر أحيانا إلى ممارسة مهمة ما لا نشعر تجاهها بأى متعة. ولكن يجب أن يظل هذا هو الاستثناء.

2- ركز على نقاط قوتك: من المهم للفرد أن يعرف نقاط قوته ونقاط ضعفه. ومن أكفأ الطرق لمعرفة ذلك هو أن يقوم بما يسمى "تحليل القوة والضعف، الإيجابيات والسلبيات" (وهو أحد أساليب فهم المواقف المعقدة)، فهذا الأسلوب يمكن الفرد من إجراء تقييم موضوعى لنقاط قوته وضعفه بخصوص موقف أو مشكلة ما. ولا شك أن إجراء الفرد لهذا التحليل سوف يساعده كثيرا على إيجاد العمل الذى يلائمه، وهو ذلك العمل الذى يتطلب إنجازه بكفاءة مهارات وقدرات هى ذاتها التى تمثل نقاط قوة الفرد. وفى ذات الوقت، فإن نقاط ضعفه لا يكون لها أى آثار سلبية على ممارسة هذا العمل على وجه التحديد.

3- افهم كيف تؤدى عملك بشكل ممتاز: إحدى الطرق المهمة التى يمكنك الاستعانة بها لتعرف ما إذا كنت تؤدى عملك بشكل ممتاز، ويكون ذلك هو رأى رئيسك فى العمل، وأن يكون راضيا وموافقا على أسلوب عملك وما تحققة من إنجازات. بالإضافة إلى ذلك يجب أن توجه لنفسك الأسئلة التالية:

أ - ما الغرض من هذا العمل الذى أقوم به الآن؟

يفضل أن تجيب دائما عن هذا السؤال بجملة واحدة محددة تركز فيها على النتيجة، مثل:- "كي أحقق...." أو "لكي أحصل على....".

ب- ما معايير نجاح أداء هذا العمل؟

هنا عليك أن تحدد وتعرف المعيار الذى سوف يقرر رئيسك فى العمل على أساسه ما إذا كنت قد أديت عملك بشكل جيد أم لا. وكذلك عليك - بعد أن حددت أهداف هذا العمل - أن ترى إلى أى درجة تمكنت من تحقيق تلك الأهداف.

ج- ما الأداء المتميز، أو متى يقال عن أداء عمل ما أنه أداء متميز؟

هنا عليك أن تعرف وتحدد - من خلال المحيطين بك ومن خلال خبرتك العملية - المعايير التى إذا توافرت عند أداء عمل ما، فإنه يصبح أداء متميزاً، وابحث عن كيف يمكنك أن تحقق ذلك، أى أن تكون من أصحاب الأداء المتميز.

د- ما أولوياتى فى العمل؟

يجب أن تحدد ذلك بوضوح، حتى إذا ما حدث وكثرت أعباؤك أو تعددت وتنوعت مهام العمل، أن تقوم بالتركيز على واختيار المهام الأكثر أولوية.

هـ- ما الموارد المتاحة؟

إجابتك عن هذا السؤال سوف توضح لك كل ما هو متاح لك من أدوات يمكنك الاستفادة منها فى إنجاز هذا العمل، وعليك أن تحسن الاستفادة من كل ما هو متاح لك من موارد.

و- ما التكلفة المقبولة؟

إجابتك عن ذلك تجعلك على وعى بالحدود التى تتحرك فيها، وبالتالى تعمل فى حدود ما هو متاح ومسموح به.

ز- ما موضع عملي بالنسبة لمنظومة العمل فى المنظمة، أو ما علاقة هذا العمل بأعمال الآخرين؟

الإجابة عن ذلك ستوضح لك المنظومة العامة التى تعمل من خلالها، وتجعلك تعرف التأثير المتبادل بين عملك وأعمال زملائك.

إن الفرد إذا أجاب عن تلك الأسئلة بوضوح، فإنه سوف يعرف - على وجه الدقة - كيف يؤدى عمله بصورة جيدة. وإذا عرف ماهية الأداء المتميز، فمن الممكن أن يخطط لى يصل إليه ويمارسه مستغلاً لكل الموارد والإمكانات المتاحة له.

والخلاصة: فقد عرضنا فى هذا القسم لثلاث طرق يمكن للفرد من خلالها تحديد أولويات مهام عمله، وهى:

أ - أن يركز على ما يمتعه ويسعد بأدائه.

- ب- أن يستخدم أسلوب "تحليل جوانب القوة وجوانب الضعف"، وهو ما يساعده على ممارسة العمل الذي يتناغم مع نقاط قوته، ولا يتأثر بنقاط ضعفه.
- ج- كيف تفهم عملك، وتعرف متطلباته، وأن تركز على المهام الأساسية فيه، وهي - عادة - التي يعتبرها رئيسك أهم متطلبات أدائه بشكل متميز. وبتركيزك على الأولويات الصحيحة، سوف تضمن أنك دائما ستؤدي عملك بشكل كفء.

ثالثا: سجلات الأداء

الوظيفة: معرفة كيف تقضى وقتك أو كيف تستخدمه.

كيفية الاستخدام: يساعدك هذا الأسلوب كثيرا في أن تعرف وبشكل مفصل جدا كيف تقضى وقتك أو كيف تستخدمه. والواقع أن معظم من يقوم بذلك لأول مرة، يُصدم عندما يكتشف أنه يهدر الكثير والكثير جدا من وقته، ويقضيه سدى في مهام لا طائل منها، أو ذات فائدة محدودة، بل - وإن كان لها فائدة - فمن الممكن القيام بها في زمن أقل كثيرا مما تستغرقه الآن.

كذلك، فإن من يقوم باستخدام هذا الأسلوب (سجل الأداء) سوف يكتشف أن مستوى نشاطه ليس ثابتا، بل يتباين عبر ساعات اليوم، ويتوقف ذلك على عدد كبير من العوامل مثل مستوى السكر في الدم، وآخر فترة راحة أخذها الفرد وطولها، والضغط النفسية...الخ. وكذلك، فإن لكل فرد ساعته البيولوجية التي يكون بسببها يقظا نشيطا في فترات معينة من اليوم، وفي فترات أخرى خاملا كسولا.

إن قيام الفرد بمتابعة ورصد كل ما يقوم به خلال اليوم، وأن يستمر ذلك لعدة أيام، سوف يمكنه من معرفة كيف يقضى وقته، ومتى يكون في أعلى معدلات نشاطه، ومتى يكون عكس ذلك.

في هذا الأسلوب يقوم الفرد - إذن - لعدة أيام بتدوين كل الأنشطة والممارسات التي يفعلها أثناء اليوم، وأوقاتها بدقة، والمدة التي يستغرقها كل نشاط. وإذا قام بتغيير أى من تلك الأنشطة، فعليه أن يكتب وقت هذا التغيير. وعلى الفرد أن يلاحظ ويدون حالته العامة (منتبه - سعيد - خامل - متعب...الخ) عند ممارسته أو قيامه بكل نشاط، وأن يحاول أن يجد علاقة بين ذلك وما يتعرض له من ضغوط خلال اليوم.

وبعد هذا الرصد والتسجيل لعدة أيام، يقوم الفرد بفحص وتدبر تلك السجلات، وتحليلها والخروج بدلالاتها. وسوف يفاجأ بكم الوقت الذي يهدره في أشياء ومهام لا قيمة لها. كذلك، فسوف يتعرف على أوقات يقظته ونشاطه وفترات خموله وكسله. وسوف يجد أن ذلك يرتبط بعدد من العوامل مثل ما يأخذه من فترات للراحة، وأوقات تناول الطعام وكميته، وأسلوب التغذية المتبع. ويستطيع الفرد - بسهولة - بعد تحليل تلك السجلات أن يعدل كثيراً في "سجل أدائه" في الاتجاه الإيجابي، كأن يقلل من المهام عديمة القيمة، أو أن يخصص أوقات التيقظ والنشاط للمهام ذات الأولوية، وأن يغير في عاداته المؤثرة سلباً على مستوى نشاطه العام وطاقته الكلية، وأن يختصر الزمن الذي يستغرقه نشاط ما... الخ.

والخلاصة: أن سجلات الأداء أداة مفيدة في فحص وتحديد كيفية استخدام الوقت وتوظيفه بالشكل الأمثل. كذلك فهي تساعد الفرد على معرفة مسار ومستوى نشاطه العام عبر ساعات اليوم. وتحليل وتدبر سجل الأداء يمكن الفرد أن يعرف الأوقات المهدرة، أو المهام التي يقوم بها رغم أنها قليلة وعديمة النفع، كذلك سيعرف أي فترات اليوم التي يكون فيها في قمة فاعليته ونشاطه، وبالتالي يخصصها لأهم أعماله أو أولوياته.

رابعاً: خطط الأداء

الوظيفة: التخطيط قصير المدى، لإنجاز هدف بسيط ومحدد.

كيفية الاستخدام: يقصد بخطة الأداء قائمة المهام التي يجب على الفرد أن يقوم بها لتحقيق هدفاً ما، وفيها يكون التركيز على هدف واحد بسيط ومحدد. فإذا أردت أن تنجز شيئاً ما، فعليك أن تضع خطة تنفيذ هذا الشيء. فذلك يساعدك على التركيز على الخطوات الفعلية لتحقيق الإنجاز، ويجعلك دائماً على المسار السليم، حيث يوجهك بشكل صحيح وواضح تجاه الهدف.

ولكي تضع خطة أداء، فكل ما عليك هو أن تقوم بإعداد قائمة بالخطوات الصغرى أو المهام الصغرى الذي يترتب على إنجازها تحقيق الهدف المقصود. إن هذا قد يبدو لك أمراً بسيطاً، إلا أنه مفيد جداً.

والخلاصة: فإن خطة الأداء، هي قائمة بالمهام الصغرى التي عليك أدائها لكي تحقق هدف معين محدد. ولكي تستخدم هذا الأسلوب، فما عليك إلا أن تقوم بتنفيذ كل مهمة من تلك المهام التي تضمنها القائمة التي قمت بإعدادها.

خامسا: قوائم تحديد أولويات الأداء

الوظيفة: التأكد من:

- أ- أنك سوف تقوم بكل المهام اللازمة لتحقيق هدف ما.
- ب- أنك ستقوم بتلك المهمة بالترتيب الصحيح تبعا لأهميتها وأولوياتها في تحقيق هذا الهدف، حيث الأهم، فالمهم، فالأقل أهمية.

كيفية الاستخدام: جوهر هذا الأسلوب هو قيام الفرد بإعداد قائمة تتضمن كل المهام التي ينبغي القيام بها في مكان ما، أو بخصوص موضوع ما، ثم ترتيب تلك المهام تبعا لأهميتها، والبدء في التنفيذ بأكثرها أهمية، ثم الذي يليها وهكذا.

ويكتسب هذا الأسلوب أهمية خاصة عندما يكون الفرد من أولئك الذين تتعدد وتنوع مهامهم ومسئولياتهم. ورغم أن هذا الأسلوب بسيط جدا، فإنه فعال سواء كأداة يعتمد عليها الفرد في تنظيم أموره وحياته، أو كأداة لتخفيض حدة الشعور بالانضغاط تحت وطأة تعدد المهام، ذلك لأن تعدد المهام في ذاته لا يسبب ضغوطا شديدة، ريثما عدم تنظيمها أو ترتيبها هو الذي يخلق لدى الفرد شعورا بالتخبط وعدم السيطرة على ما يدور حوله، ومن ثم يشعر بأن تلك المهام عبء لا يطاق.

ولإعداد قائمة أولويات الأداء، فقم بكتابة كل المهام التي تريد إنجازها، وإذا وجدت أن عددها كبير، فحدد الجوانب الأساسية في كل مهمة (الجوانب التي إذا قمت بها تكون كأنك قمت بالمهمة كاملة)، وإذا وجدت أن عدد المهام لازال كبيرا، فقم مرة أخرى بمزيد من التلخيص لها، إلى أن تصل إلى المرحلة التي ترى أنه لا مفر من القيام بتلك المهام التي قمت بتدوينها.

بعد ذلك تدبر تلك المهام ووازن بينها، وقم بإعطاء كل منها تقديرا كميا يعكس أهميتها وأولويتها، وذلك على متصل يتراوح بين الواحد (مهمة جدا) والستة (غير مهمة)، وإذا وجدت أن لديك مهمتين - أو أكثر - قد حصلا على الدرجة نفسها من الأهمية والأولوية، فأعد تدبرهما ورجح أيهما أكثر أهمية من الأخرى. المهم إلا يكون لديك أكثر من مهمة بنفس درجة الأهمية والأولوية.

بعد ذلك رتب مهام القائمة تنازليا، وأبدأ العمل في أولى تلك المهام، ثم انتقل إلى التي تليها وهكذا.

إن هذا الأسلوب يجعلك قادرا على البلورة والتحديد الدقيق لكل مهمة تريد إنجازها، كذلك يساعدك على البدء دائما بالأشياء المهمة أو ذات الفائدة العالية بالنسبة لك، بالإضافة إلى أنه يجعلك قادرا على التمييز بين المهام الضرورية بالنسبة لك، والأخرى التافهة والتي تستغرق وقتك بلا طائل.

والخلاصة: فإن قوائم تحديد أولويات الأداء تعد وسيلة فعالة لاستثمار الوقت بشكل منتج وفعال. والفرد عندما يستخدم هذا الأسلوب، فإنه سوف يضمن:

- 1- أنه سوف يتذكر أن ينفذ كل المهام، ولن ينسى منها شيئاً.
- 2- أنه سيبدأ دائماً بالمهام الأكثر أهمية وأولوية، وبالتالي سينخفض الوقت الضائع أو المنقضى في أعمال تافهة وقليلة الأهمية أو يتلاشى.
- 3- لن يشعر بالضغط والارتباك نتيجة تعدد المهام القائمة.

ولكى تعد قائمة الأولويات، فكل ما عليك هو كتابة كل المهام التى تريد القيام بها، ثم حدد أهمية كل مهمة منها، ثم رتب تلك المهام تنازلياً طبقاً لذلك، وابدأ بتنفيذ أكثر المهام أهمية وفائدة، وهى تلك التى تحتل قمة القائمة التى قمت بإعدادها.

سادساً: تحديد الأهداف الشخصية

إن تحديد الفرد لأهدافه الشخصية يساعده كثيراً على التخطيط لتحقيق تلك الأهداف. فالفرد عندما يحدد هدفه، فإنه يستطيع أن يقرر ماذا يريد، وبالتالي يمكنه أن يتحرك تدريجياً وخطوة خطوة تجاه تحقيق هذا الهدف على أرض الواقع. إن عملية تحديد الأهداف الشخصية، تمكن الفرد من أن يختار: أين، وكيف يمضى فى الحياة. فالفرد إذا عرف على وجه الدقة ماذا يريد، فإنه سوف يعرف ما الذى يجب أن يركز عليه ويهتم به، وما الذى يجب عليه أن يتحاشاه ويتجنبه.

وأسلوب تحديد الهدف عادة ما يستخدمه أبطال الرياضة، ورجال الأعمال الناجحين، والعظماء فى مجالات الحياة المختلفة. فهو يمكن الفرد من امتلاك رؤية واستراتيجية طويلة المدى، وفى ذات الوقت يكون دائماً فى حالة من الدافعية المرتفعة، لأنه - ببساطة - مدرك أنه على الطريق الصحيح الذى اختاره هو وحده لنفسه. ولذلك - فإن هذا الأسلوب - يدفع الفرد دفعا إلى استخدام كل الإمكانيات والموارد المتاحة له أكفاً استخدام ممكن، لأنه يعرف على وجه الدقة أين هو الآن وإلى أين يمضى.

إن الفرد عندما يضع لنفسه أهدافاً واضحة ومحددة، فإنه يستطيع أن يقدر كمياً مدى ما حققه من تقدم، ويشعر بالفخر والزهو والرضا عن الذات كلما خطا خطوة على المسار فى الاتجاه للإمام نحو تحقيق الهدف.

وهناك ميزة أخرى لتحديد وبلورة الأهداف، وهى أنها أحد أساليب زيادة الثقة بالذات. فالفرد عندما يخطو متقدماً نحو هدف محدد، فإنه سوف يدرك نفسه على أنه

"قادر"، ويستطيع أن ينجز ما حدده لنفسه. إن عملية تحقيق الأهداف، وإدراك الفرد لهذا التحقيق، يمنحه أعلى درجات الثقة بالذات، ويجعله قادراً على إدراك أنه يستطيع إنجاز أهداف أخرى أصعب وأعلى مستوى، ذلك لأن النجاح يقود إلى نجاح أكبر.

والواقع أن وضع الأهداف يمكن أن يتم على أكثر من مستوى: فأولاً يمكن للفرد أن يقرر - وبشكل بالغ العمومية - ماذا يريد أن يكون في تلك الحياة، وما أهدافه العامة فيها، أو ما يريده من دنياه، وهنا نحن نتحدث عن تحديد الأهداف في أعلى مستوياتها عمومية. بعد ذلك يقوم الفرد بتجزئة هذه الأهداف باللغة العمومية إلى أهداف أصغر، فأصغر إلى أن ينتهي من إعداد شجرة من الأهداف النوعية المحددة التي بتحقيقها تتحقق الأهداف العامة. وبمجرد أن يضع الفرد هذه الخطة التي تعكس أهدافه الشخصية في الحياة، فإنه يبدأ في العمل الجاد لتحقيقها، وتبعاً لأولوياتها.

هذا هو الإطار العام لوضع الأهداف، ونعرض لخطواته بقدر من التفصيل، وذلك كما يلي.

1- إبدأ بتحديد أهدافك الشخصية

أولى خطوات ذلك هي أن يحدد الفرد أهدافه العامة في الحياة، ثم بعد ذلك يتجه نحو التحديد والنوعية والتفضل إلى أن يصل إلى مستوى إعداد قائمة بما يجب عليه أن ينجزه اليوم. ومن خلال هذا البناء يمكن للفرد أن يحول ويترجم الهدف الكبير إلى عدد من المهام الصغرى المحددة التي يجب أن يمارسها يومياً ليحقق الهدف الكبير.

أولى خطوات تحديد أهداف الفرد العامة في الحياة، هي أن يحدد الفرد ما الذي يريد أن يكون عليه، وما الذي يريد أن يحققه في حياته، وماذا يريد من دنياه. فتلک الأهداف العامة هي التي سوف تحدد الرؤية العامة والمنظور الكلي لتصور الفرد لحياته، ومن ثم فهي المحددة لكل ما يتخذه من قرارات ويفضله من بدائل مطروحة أمامه.

ولكي تكون لديك نظرة شاملة ومتوازنة للحياة، تشتمل وتغطي كل الجوانب المهمة من حياتك، حاول أن تضع أهدافاً تشمل الجوانب التسعة التالية:

أ - المجال الفني: هل تريد أن تحقق أى أهداف فنية؟ وما هي؟

ب- التوجه: هل في حياتك الآن ما يجعلك دائم التركيز على ماضيك، أو تعتقد أنه قد فاتك شيء ما، أو أنك كان من الواجب عليك أن تحقق شيئاً ما في هذا

الماضى ولكنك لم تستطع ذلك، أو هل فى ماضيك ما يزعجك ويشعرك بالندم؟ إذا كان الأمر كذلك، فعليك أن تضع - من الآن - أهدافا تخلصك من ذلك، أى تحسن من سلوكك وأدائك الحالى، وتزيد من رضاك عن ذاتك، أو ابحث عن حلول مقبولة لتلك السلبيات والمشكلات التى تؤرقك حاليا بسبب أشياء سابقة.

ج- الوظيفة: ما الدرجة التى تريد الوصول إليها عبر مسارك الوظيفي (أقصى مركز تأمله)؟

د- التعليم: هل هناك تعليم ما أو معارف معينة تريد اكتسابها والحصول عليها. وما المهارات والمعلومات التى تحتاجها لتحقيق ذلك؟

هـ- الأسرة: هل تريد أن تصبح أبا (أو أما)؟ وكيف تعد لنفسك لى تكون أبا جيدا؟ وكيف تحب أن يراك شريك حياتك وأفراد أسرتك المنشودة؟

و- الجانب المالى: ما طموحاتك المالية؟ أو ما حجم ما تريد أن تكون عليه ثروتك فى كل مرحلة من مراحل حياتك التالية؟

ز- الجانب الجسمي: هل لديك أى طموحات رياضية، أم أنك تأمل فقط أن تظل فى حالة صحية جيدة حتى آخر العمر؟ وما الخطوات التى يجب أن تقوم بها لتحقيق ما تريده فى هذا الشأن؟

ح- السعادة: ما تصورك لسعادتك، وما الذى تحب أن تكون عليه لى تكون سعيدا ومستمتعا بحياتك؟

ط- الخدمة العامة: هل تحب أن يكون لك دور فى جعل العالم من حولك أحسن وأسعد؟ وإذا كنت تحب وتريد ذلك، فكيف يمكنك القيام بذلك؟

وبعد أن تقوم بتحديد أهدافك فى تلك المجالات التسعة، قم بالتقدير الكمى محددا أهمية أو أولوية كل منها، وذلك على متصل يتراوح من 1 - 6 درجات، حيث إن الدرجة (1) تعنى غاية الأهمية، والدرجة (6) غير مهمة. ثم راجع أهدافك وتقديراتك الكمية لها أكثر من مرة حتى تصل إلى مرحلة الاستقرار والرضا بأن تلك القائمة من الأهداف - مرتبة حسب أهميتها وأولوياتها بالنسبة لك - تعكس بالفعل شكل الحياة التى تريد أن تحياها، كذلك عليك أن تكون متأكدا أن تلك الأهداف هى بالفعل أهدافك أنت، وليس ما يريده لك الآخرون (الوالدان - الأصدقاء - العائلة....الخ).

وبمجرد الاستقرار والرضا عن الأهداف التى حددتها لنفسك، وأولوياتها (ما تم فى المرحلة السابقة) ضع خطة للأهداف والإنجازات التى تأمل فى تحقيقها فى

السنوات الخمس والعشرين القادمة، ثم قم بالاعتماد عليها وعلى ما ورد فيها، بإعداد أربع خطط على النحو التالي:

- خطة لأهدافك وطموحاتك في السنوات الخمس القادمة.
- خطة لأهدافك وطموحاتك في السنة التالية.
- خطة لأهدافك وطموحاتك في الشهور الستة التالية.
- خطة لأهدافك وطموحاتك في الشهر التالي.
- ونؤكد هنا أن تلك الخطط كلها سوف تشتق من الخطة الكبرى التي يتحدد مداها في 25 سنة، وتتضمن أهدافك العامة من الحياة حسب أولوياتها.
- وأخيرا ضع قوائم يومية بالمهام التي يجب أن ننفذها كل يوم معتمدا على الأسلوب الذي عرضنا له في خامسا، وبما يجب أن تقوم به في الغد لكي تأخذ خطوة إلى الأمام تجاه تحقيق الأهداف العامة لحياتك.

ومن المهم أن تتابع وتراجع خططك باستمرار، وترصد أداءك لكي تتأكد أنك بالفعل تمضي على المسار الصحيح الذي حددته لنفسك. وبالطبع، فلسنا في حاجة إلى التأكيد على ضرورة أن تكون أهدافك واقعية وموضوعية وقابلة للتحقيق.

2- احرص وتمسك بأن تظل دائما على الطريق في المسار السليم

بعد أن حددت وقررت أهدافك وخططك، فعليك أن تحافظ على استمرارية ذلك وتواصله، ولا تدع الزمام يفلت من يدك. تابع وراجع وحدث قوائم أدائك اليومي، واحرص دائما على مراجعة ومتابعة خططك طويلة المدى، وعدل ونقح فيها بناء على ما يحدث من تغيير في أولوياتك وخبراتك. المهم أن تظل قابضا على زمام الموقف، فأنت المحدد لأهدافك، والمخطط لتنفيذها، والساعي فعليا لتنفيذها وفقا لخطط وبرامج أداء يومي واضحة، ولست تاركا نفسك للظروف والأحداث تحركك كما تشاء.

3- كيف تضع أهدافك بفاعلية؟

فيما يلي عدد من الإرشادات العامة التي تساعدك على وضع أهدافك بأنسب طريقة ممكنة:

- أ - ضع الهدف بصياغة إيجابية دائما، أو عبر دائما عن أهدافك إيجابيا، فمثلا أن تصوغ الهدف في صورة: "أن أقوم بكذا بشكل جيد" أو "أن أصل إلى كذا" يكون أحسن من أن تصوغه في صورة سلبية مثل: "ألا أقع في الخطأ المعين".
- ب- كن دقيقا جدا: لا تكتفى بمجرد تحديد وصياغة الهدف، بل حدد جدول زمني لإنجازه حتى يمكنك قياس مدى تقدمك نحو تحقيقه. فعندما نضع جدولا زمنيا

تفصيلياً للخطوات الخاصة بتحقيق هدف ما، سنعرف - بالضبط - متى نصل إلى الخطوة النهائية، وكيف. وكلما حققنا خطوة في ميعادها المحدد شعرنا بمزيد من الثقة والرضا.

ج- حدد الأولويات: إذا كنت بصدد السعى لتحقيق عدة أهداف، فحدد أولوية كل منها، لأن هذا يجنبك الشعور بالارتباك، ويساعدك على تركيز انتباهك وطاقتك على الأشياء الأكثر أهمية.

د- اكتب الأهداف ولا تكتفى بذكرها شفاهة: فكتابتك للأهداف يجعلها أكثر وضوحاً وبلورة في ذهنك ويعطيها المزيد من القوة والأهمية، وهو ما يزيد من دافعيتك وسعيك الجدى لتحقيقها.

هـ- اجعل أهدافك الإجرائية صغيرة ومحددة: اجعل أهدافك في المستوى المنخفض (أكثر الأهداف عيانية، أو الأهداف الصغرى التى تحقق هدفاً أكبر وأعم) أهدافاً صغيرة، ومحددة، وقابلة للإنجاز، ذلك لأنه إذا كان هدفك الإجراءى (ما تريد تنفيذه الآن) عاماً، فسوف يبدو لك صعباً، ولن تستطيع أن تدرك ما تحققه فيه من تقدم ولذلك، فيجب دائماً أن تشتق أهدافاً صغرى - سهلة التحقيق - من الهدف الأكبر.

و- اجعل أهدافك مرتبطة بالأداء وليس بالنتائج: بمعنى أن تكون تلك الأهداف من النوع الذى تكون أنت المحدد والمتحكم فى السلوكيات والممارسات اللازمة لتحقيقها، أى أن يكون معظم أو كل "أوراق" إنجازها وممارستها على أرض الواقع فى يدك أنت، وليست متوقفة على عوامل خارجة عن إرادتك وتحكمك. عليك - إذن - أن تجعل أهدافك متوقفة دائماً على أدائك وسلوكك وممارستك أنت، وليس على عوامل خارجية.

ز- اجعل أهدافك واقعية: من المهم أن تضع أهدافاً يمكنك بالفعل تحقيقها. فالآخرون (الوالدان - الأصدقاء... الخ) يمكن أن يضعوا لك أهدافاً غير واقعية لأنهم - ببساطة - قد يجهلون أو يتجاهلون رغباتك وطموحاتك. أما أنت، فلأنك تعرف ذلك، فعليك أن تكون واقعياً إلى أقصى درجة عند تحديدك لأهدافك. لا تتحدى نفسك بأن تضع أهدافاً مستحيلة وبالغة الصعوبة (وإلا كنت ساذجاً)، بل يجب أن تكون واعياً تماماً بالصعوبات الموجودة فى أرض الواقع، قوتها ومداهها، وكذلك تكون واعياً بمهاراتك وإمكاناتك.

ح- لا تضع لنفسك أهدافاً بالغة السهولة: إذا كنا نحذر - فى النقطة السابقة - من وضع أهداف بالغة الصعوبة ومستحيلة، فإننا نؤكد هنا ضرورة ألا يكون

سقف أهدافك بالغ الانخفاض وشديد السهولة، فمن يفعلون ذلك هم الذين يخافون الفشل، والكسالى الخاملون. مهارتك هي أن يكون هدفك نقطة ضوء أمامك يمكنك الوصول إليها ببذل المجهود الواجب، وليس سرابا يستحيل الإمساك به، ولا أمل في تحقيقه.

ونؤكد أنه من الممكن أن يعتقد الفرد أن هدفا ما غير واقعي، ويكون هذا اعتقادا خاطئا، وهنا يصبح لزاما على الفرد أن يغير هذا الاعتقاد مستخدما كذلك أسلوب "التخيل"، وهو أحد أساليب التحكم في الضغوط، الذي عرضنا له تفصيلا في الفصل الخاص بأساليب إدارة الضغوط.

ط - تحقيق الأهداف: عندما تحقق هدفا معينا، فعليك أن تأخذ وقتك للفرح والاستمتاع بما أنجزته. عليك التمعن والتدبر في معاني وتضمينات هذا النجاح، وكذلك تعامل مع هذه النجاح على أنه خطوة نحو تحقيق هدف أكبر وأشمل. وإذا كان هذا الهدف الذي حققته كبيرا أو مؤثرا، فعليك أن "تدعم" نفسك بالطريقة التي ترضيك.

وبعد أن حققت هدفا ما، وتدبرت ذلك جيدا بكل ما يعنيه ويحتويه من دلائل - عليك بمراجعة أهدافك التالية، وخططك التي أعدتها لذلك، أخذا في الاعتبار ما يلي:

- 1- إذا كان الهدف الذي حققته بالفعل، قد تم تحقيقه - من وجهة نظرك - بسهولة فاجعل أهدافك التالية أصعب.
- 2- إذا كان الهدف الذي حققته قد أخذ وقتا طويلا وجهدا مبالغا، وتعرضت خلال رحلة إنجازه لصعوبات واحباطات شديدة جدا، فاجعل هدفك التالي أسهل وأبسط.
- 3- إذا كنت قد اكتشفت شيئا جديدا، أو تبين لك أمورا ما تدعوك إلى تعديل أهدافك التالية، فقم بذلك على الفور ولا تتردد.
- 4- إذا تبين لك - خلال رحلة تحقيقك لهذا الهدف - أن لديك نقصا ما أو قصورا في مهاراتك أو أدائك، فراعى ذلك في تحديدك لأهدافك التالية.

وتذكر أن الفشل في تحقيق هدف ليس نهاية العالم، مادام الفرد قد تعلم واستفاد من تلك التجربة. المهم أن تستفيد من أي خبرة فشل عند تحديدك لأهدافك التالية. وأخيرا عليك أن تعرف أن أهدافك يمكن أن تتغير كلما أصبحت أكثر نضجا وبالتالي، عليك أن توائم بين أهدافك وما تشهده شخصيتك من نضج وثرء.

وإذا ظهر لك هدف ما على أنه أصبح غير جذاب أو غير نافع بالنسبة لك، فاتركه على الفور، واعلم "أنك لست عبداً لأهدافك، بل أهدافك هي التي في خدمتك أو هي عبد لك". فلا بد أن يكون تحقيقك لهدف ما مصدراً لسعادتك وإحساسك بالرضا، وإحساس صادق بالنجاح والإنجاز، وليس إحساس من يتخلص من عبء ثقيل كان يتمنى انتهاءه.

الخلاصة

لكي تحدد أهدافك الشخصية أو أهدافك في الحياة، فعليك أن تختلي بنفسك ساعتين لتفكر وتتدبر ما تريد تحقيقه في مجالات الحياة المختلفة. وبعد ذلك ضع خطة لما تريد تحقيقه أو ما تريد أن تكون عليه بعد 25 سنة، وبعد 5 سنوات، وبعد سنة، وبعد 6 شهور، وبعد شهر واحد. وأخيراً قم بإعداد قائمة بالأعمال التي يجب أن تقوم بها غداً باعتبارها أولى خطواتك في تحقيق أهدافك في الحياة. إن تحديد الأهداف أداة مهمة لأنها:

- أ - تجعلك تحدد وتقرر ما الذي تريد تحقيقه في حياتك.
- ب - توضح وتصنف وتفرز المهم بالنسبة لك عن غير المهم.
- ج - تزيد من دافعيّتك للإنجاز.
- د - تزيد من ثقّتك بنفسك بناءً على ما تحقّقه من أهداف ملموسة.
- هـ - وعليك أن تعرف كيف تسعد نفسك وتستمتع وتفرح وتكافئ نفسك على ما تحقّقه من أهداف. وتعلم من دروس الماضي، واستفد منها في تحديد أهداف المستقبل والتخطيط لإنجازها.

سابعاً: التبويب

الوظيفة: التخطيط لاستخدام واستثمار الوقت بكفاءة ما يمكن.
 كيفية الاستخدام: لا شك أن أولويات الفرد وأهدافه هي التي تحدد كيفية استخدامه لوقته. ويعنى التبويب المواءمة بين طموحات الفرد وأهدافه من ناحية، وكم أو مدى الوقت المتاح له من ناحية أخرى. التبويب - إذن - هو العملية التي نتعامل من خلالها مع الوقت المتاح لنا، ونخطط لكيفية استخدامه لإنجاز الأهداف التي حددناها لأنفسنا. وعن طريق التبويب يمكن للفرد أن:

- 1- يفهم ما الذي يمكن أن يحققه بالفعل على أرض الواقع من أهداف، وفي ضوء ما هو متاح له من وقت.
- 2- التخطيط لاستخدام هذا الوقت المتاح أكفاً استخدام ممكن.

- 3- تخصيص جزء من هذا الوقت المتاح للتجريب أو الاستكشاف، أى القيام بأشياء لم يكن يقوم بها أبداً من قبل.
 - 4- يتعلم أن يحتفظ دائماً بجزء من وقته للطوارئ، لمواجهة أى أحداث لم تكن في الحسبان، ويلزم أن يتعامل معها.
 - 5- تخفيض حدة الشعور بالانضغاط، وذلك عن طريق المواءمة بين ما لديه من وقت، وما يوافق على تحمله من مهام أو أعمال جديدة.
- والواقع أن هناك أكثر من أسلوب يمكن لنا من خلالها تبويب وجدولة أوقاتنا، فهناك الاعتماد على اليوميات، أى تنظيم وجدولة الوقت يوماً بيوم (جدول الأعمال اليومي). ومن الممكن أن تكون تلك الجدولة أسبوعياً، أو شهرياً. وهناك بعض برامج الحاسوب التى يمكن الاستعانة بها فى عملية الجدولة.
- ولا يوجد أسلوب جدولة بذاته يمكن أن نقول إنه الملائم للجميع. وأسلوب التبويب قد يختلف لدى الفرد الواحد من مرحلة ما فى حياته أو عمله إلى مرحلة أخرى. وفى كل الأحوال، فإن أسلوب الجدولة الفعالة للوقت هو ذلك الذى يستوعب ويتضمن كل سلوكيات الفرد وما يقوم به من مهام عبر مدى زمنى محدد. والمهم أن يتسم بالانتظام، وأن تكون له بداية ونهاية محددة (كل يوم - كل أسبوع - كل شهر - كل 15 يوم.... الخ بما يتناسب مع عمل الفرد أو مهامه التى يقوم بها.

خطوات تبويب الوقت

- 1- أبدأ أولاً بتحديد الوقت الذى ترى أنك تحتاجه لإنجاز مهمة ما. وبالطبع، فإن هذا التقدير سوف يعتمد على عاملين: طبيعة هذا العمل، وأهدافك الشخصية فى الحياة.
- 2- حدد - وبأقصى درجة من الدقة - الخطوات التنفيذية التى عليك أن تقوم بها لكى يتم انجاز هذا العمل على أحسن ما يكون، وأعد قائمة بها.
- 3- راجع قائمة أولوياتك، وأعد ترتيبها بحيث تبدأ التنفيذ بالمهام الأكثر أولوية وإلحاحية، وأيضاً المهام التى لا يمكنك أن توكل آخرين للقيام بها بدلا عنك.
- 4- خصص وقتاً للطوارئ، يكون احتياطياً أو "فارغاً" غير مخصص لمهمة محددة، فسوف تكتشف أن تحتاج ذلك كثيراً. والقاعدة التى يجب أن تحكمنا هنا هى: إذا كان عملك من النوع الذى يمكن أن تحدث فيه مفاجآت أو أمور طارئة كثيراً، فاجعل وقتك الاحتياطي كبيراً، والعكس لو كان عملك أقرب إلى الثبات والدوام والروتينية (قليل المفاجآت أو الطوارئ). المهم أن تحرص

دائماً على وجود مكان خال في جدولك الزمني غير مخصص لأي مهام، لأن هذا يعطيك فرصة لمرونة الحركة، ويسمح لك بإعادة الجدولة متوافقاً مع ما يستجد من طوارئ في العمل.

5- ما يتبقى من الوقت بعد ذلك، فهو "ملكك الخاص"، ولك أن تستخدمه في تحقيق أهدافك الشخصية، وذلك بأن تعد قائمة بأهدافك الشخصية وتجدولها في ضوء هذا الوقت المتبقى لك وحدك.

وإذا تبين لك - بعد القيام بالخطوات الأربع الأولى - أنه لم يتبق لك وقت خاص أو ملك لك، فاعد النظر من جديد في تلك الخطوات الأربع بالتعديل وإعادة التقييم، كأن تحاول أن تجد - مثلاً - أن هناك مهاماً في هذا العمل يمكنك أن توكلها لآخرين، أو أن هناك مهاماً يمكن بلورتها، بحيث يتطلب إنجازها وقتاً أقل....الخ. المهم أن تحرص على أن يكون في الجدول بعض الوقت ملك لك أنت لتمارس فيه ما تراه وما تحبه محققاً لأهدافك الذاتية.

وأخيراً نؤكد ضرورة أن يكون هناك توازن وتناغم بين قوائم أولويات العمل من ناحية وقوائم الأهداف الشخصية من ناحية أخرى، وضرورة ألا تجور إحداها على الأخرى. فإذا وجدت أنه لا وقت للأهداف الشخصية، أو كان هذا الوقت قليلاً، فمن الضروري إعادة النظر في أعباء العمل وأولوياته، أي إعادة جدولته بشكل أفضل.

والخلاصة: فإن التبويب هي عملية يمكننا من خلالها التخطيط لاستخدام الوقت بكفاءة ما يكون. ويساعدنا التبويب على تخفيض الشعور بالضغط، وزيادة الشعور بالنجاح والقدرة على الإنجاز. وعلى الفرد أن يختار نسق تبويب منتظم (يومي - أسبوعي - كل عشرة أيام....الخ)، ويتوقف نسق التبويب المختار على ظروف الشخص (عمله وأهدافه من الحياة).

والتبويب أو الجدولة عملية من خمس خطوات:

- 1- حدد مقدار أو طول الوقت المتاح لك (يوم - أسبوع - شهر....الخ).
- 2- حدد بدقة المهام الأساسية التي يجب عليك القيام بها لكي تؤدي عملك بنجاح خلال هذه المدة المتاحة.
- 3- حدد بدقة مهامك الشخصية التي تحقق من خلالها أهدافك الشخصية.
- 4- خصص وقتاً للطوارئ، وقتاً يسمح لك بالتعامل مع أي مستجدات لم تكن في الحسبان.

- 5- الوقت المتبقى - ولا بد أن تحرص على ذلك - هو ملكك الخاص، فتصرف فيه كما يحلو لك وبما يحقق رغباتك وحاجاتك الخاصة.
- وإذا وجدت أن هذا الوقت المتبقى للخطوة الخامسة قليل، فقم بمراجعة وتعديل وتنقيح الخطوات الأربع الأولى.

الباب الثالث
التطبيقات العملية
لإدارة التغيير التنظيمي

الباب الثالث

التطبيقات العملية لإدارة التغيير التنظيمي

مقدمة

المراجع للتراث العلمى التطبيقي في مجال إدارة التغيير التنظيمى يجد العديد من النماذج التى قدمت منذ فترات طويلة ربما تتجاوز الخمسين عاما عندما قدم كيرت ليفين جهوده الرائدة فيما أطلق عليه تحليل قوى المجال (Lewin, 1951)، وأعقب ذلك تقديم نماذج عديدة لسنا فى حاجة إلى حصرها فى هذا السياق لصعوبة ذلك، ولسنا بصدد تقييم لتلك النماذج لأن ذلك ليس هدفنا، بل كل ما نقصده هو الإشارة لبعض النماذج منذ تسعينيات القرن العشرين وما بعدها لرصد بعض هذه الجهود. فهناك نموذج ليفى وميرى (Levey & Merry, 1986)، ونموذج تشى (Tichy, 1983)، ونموذج كيركباترك (Kirkpatrick, 1985)، وماكلينان (McLennan, 1989)، وبوراس وسيلفرز (Porras & Silvers, 1991)، وكمنجس وورلى (Cummings & Worley, 1993)، وكارنال (Carnall, 1991; 1995)، وبيرجر وسيكوره (Berger & Sikora, 1994)، وكلاكرك (Clark, 1994)، وويلسن (Wilsin, 1992)، وبيرنز (Burnes, 2000)، وربنسون وربنسون (عبد الرحمن توفيق، 1998). وغير ذلك من النماذج التطبيقية التى تباينت فيما بينها فى مدى عموميتها واثرائها وجدواها التطبيقية (انظر: سيد الهواري، 2005؛ "أ"؛ 2005؛ "ب"؛ أحمد سيد مصطفى؛ 2005؛ على السلمي، 1988؛ Shultz & Shultz, 2006; Robins & Langton, 1988; Kotter & Cohen, 2002; 2004; Bernardin, 2007; Gibson & Billings, 2003; Kotter & Cohen, 2012; Burnes, 2004; Hiatt & Creasey, 2003; Kotter, 2012, Kotter & Cohen, 2012). ولهدف المؤلف الحالى تم اختيار نموذجين من هذه النماذج المتعددة لعرضهما، ومناقشة مدى أهميتهما ودلالتهما فى إدارة التغيير الناجح، وهما نموذج كولن كارنال (Carnall, 1991; 1995) ونموذج دان كوهين (Cohen, 2005) وذلك خلال الفصلين التاليين لهذا الباب.

الفصل السابع
نموذج كولن كارنال
لإدارة التغيير التنظيمي

الفصل السابع

نموذج كولن كارنال لإدارة التغيير التنظيمي^(*)

مقدمة

سيتم في هذا الفصل عرض نموذج كولن كارنال (Carnall, 1991;1995) كاملا، من حيث طبيعته وفروعه ومسلماته وخطوات تطبيقه في تنفيذ عمليات التغيير التنظيمي بمختلف مستوياته ونطاق اتساعه. وأخيرا الأدوات وأساليب القياس التي تستخدم لتقييم سير عملية التغيير في مختلف مراحلها.

وقد تم اختيار هذا النموذج تحديدا لمجموعة من الاعتبارات أهمها ما يلي:

- 1- الخبرة العملية الطويلة لصاحبه والتي تجاوزت ثلاثين عاما في إدارة التغيير بكفاءة في العديد من المنظمات، مختلفة الأهداف والاستراتيجيات، وبخاصة التغييرات واسعة النطاق، وفي العديد من دول العالم.
- 2- أن الباحث اختار الأساليب والأدوات التي تستخدم في هذا النموذج من التراث العريض لإدارة التغيير والتي وجد أنها مفيدة وتحقق الأهداف.
- 3- التقييم الموضوعي الدقيق لكافة مراحل وخطوات عمليات التغيير من خلال الأساليب والأدوات المتاحة والتي يمكن تطبيقها وتحليل بياناتها بسهولة من قبل القائمين على عملية التغيير أو المدربين...الخ. ومن ثم، تم تحديد مقدار التقدم الذي يحدث والصعوبات والمعوقات التي تواجه سير عملية التغيير وكيفية التغلب عليها.
- 4- سهولة استخدامه والتدريب عليه من قبل الباحثين المبتدئين والمديرين الذين يشكلون فرق توجيه التغيير.
- 5- أنه يتكامل مع نموذج دان كوهين (كوهين، 2010)، الذي تم تعريبه وترجمته للغة العربية، في العديد من الجوانب بالشكل الذي يجعل وضع النموذجين معا في الاعتبار مطلبا عمليا يحقق الأهداف المأمولة. هذا على الرغم من وجود بعض الفروق في مسلمات وفروض كلا النموذجين.

(*) يمثل الفصل الحالي ترجمة بتصرف للإطار العام لنموذج كولن كارنال لإدارة التغيير التنظيمي، كما ورد في كتابه: إدارة التغيير في المنظمات، المنشور عام 1995، الطبعة الثانية. وذلك طبقا للتوثيق الموجود بقائمة المراجع (Carnall, 1995).

وبناء على ذلك سيشمل عرض نموذج كولن كارنال العناصر الآتية:

أولاً: الإطار العام لبرنامج إدارة التغيير في تصور كارنال.

ثانياً: استراتيجية التغيير.

ثالثاً: تشخيص التغيير.

رابعاً: طبيعة برامج التغيير.

خامساً: إدارة التغييرات الكبرى.

سادساً: الأساليب والأدوات المستخدمة في التطبيق.

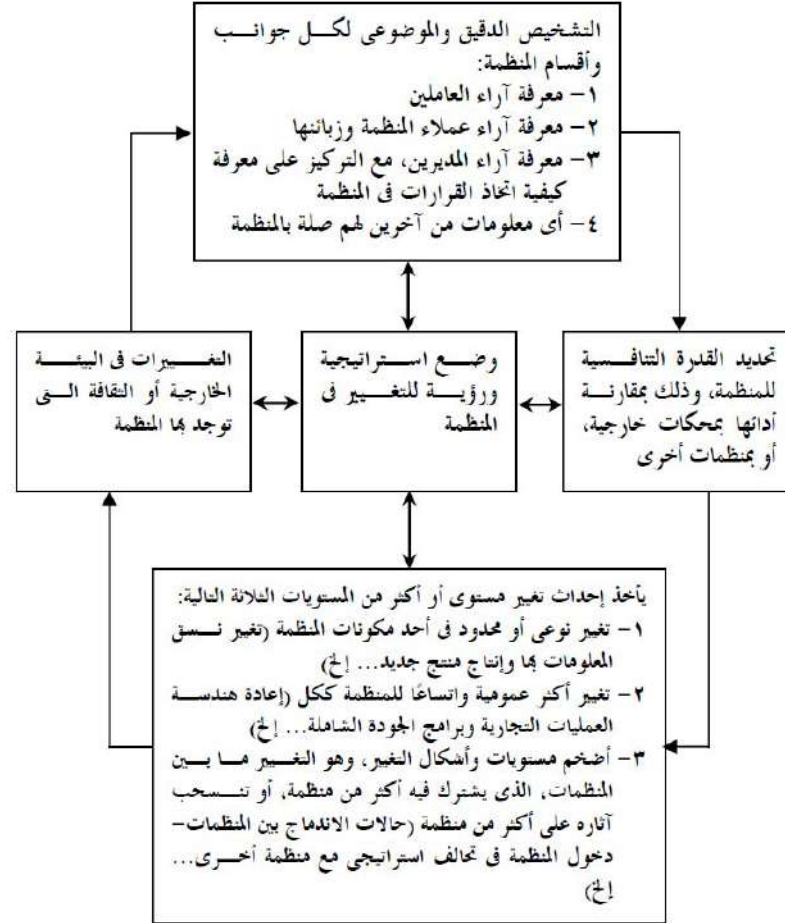
وفيما يلي نعرض لتفصيل ذلك:

أولاً: الإطار العام لبرنامج إدارة التغيير التنظيمي في تصور كارنال

يشمل هذا الجزء تقديم الإطار العام لبرنامج إدارة التغيير الاستراتيجي المخطط في تصور كارنال كمدخل لما سيتم تناوله من تفاصيل فيما بعد. ويوضح الشكل التالي رقم (1-16) عناصر هذا النموذج. فهو يبرز المحددات والتأثيرات الرئيسية لأي تغيير تنظيمي، والتي يتحدد في ضوءها مجال التغيير المطلوب تنفيذه ومستواه ومدى تعقده. فعلى سبيل المثال، كلما كان تعقد التغيير كبيراً، زادت احتمالات تبني منحنى شامل للتغيير. وكلما كان اهتمامنا مركزاً على تطوير برنامج واضح للتغيير، يتم فيها تحديد المسؤوليات وخطط المشروع والقادة الذين سيقومون به ومهام كل منهم..الخ، زادت احتمالات إنجاز التغيير بسرعة.

وكما هو واضح من الشكل، فإن جوهر أي برنامج تغيير هو وضع استراتيجية ورؤية واضحة لهذا التغيير، وهو ما يسميه البعض "الاختيار الاستراتيجي". إلا أنه لا يفضل استخدام تلك التسمية لأن كلمة "اختيار" تعني أن وضع الاستراتيجية، أو اختيارها يكون قائماً تماماً على أسس ومعايير شعورية واضحة. وهذا لا يحدث، ففي كثير من المنظمات لا نجد أن لديها تصوراً كاملاً وواضحاً عن الكيفية التي تبزغ وتتكون الاستراتيجية من خلالها. ولهذا، فإن الكثير من الباحثين يعتقدون أن استراتيجية التغيير تنبثق وتتكون دون أن يكون ذلك نتاجاً لتخطيط صريح وواضح (شعوري) مائة بالمائة. فهي لا تتكون دائماً بناء على تخطيط عقلائي صريح لأنشطة وممارسات عيانية واقعية في المنظمة. ولا يعني ذلك أننا نقول إن الاستراتيجية هي دائماً غير عقلانية أو لا تنهض على اختيار عقلائي واعٍ. ولكن كل ما نؤكد عليه هو: "تنبثق استراتيجية التغيير في أي منظمة، وتتشكل وتتحدد معالمها، من خلال عدد من الاختيارات المتتابعة، بعضها صريح

أو شعوري. وبعضها الآخر ضمنى أو لا شعوري، ولذلك، فإن استراتيجية التغيير تكون دائماً نتيجة مباشرة لكل جوانب ثقافة المنظمة".



شكل رقم (1-16)

الإطار العام لبرنامج إرادة التغيير الاستراتيجي

المخطط في تصور كارنال

هذا، وفي حالات التغييرات واسعة النطاق يجب أن تكون الغلبة عند تشكيل وتحديد استراتيجية التغيير للعمليات العقلانية المنطقية الصريحة. والسبب الذي

يدعو إلى القول بذلك هو أن الاستراتيجية في مثل تلك الحالات، ستكون أكثر فاعلية وملائمة، إذا قامت على أساس "تشخيص" موضوعي وسليم لما هو قائم في المنظمة، وفي خارجها.

وأصعب اختيار تواجهه استراتيجية التغيير هو تنفيذها الفعلي على أرض الواقع. ولا شك أن الإعداد للتنفيذ يكون أكثر فاعلية إذا حددنا بدقة الأفراد الذين سيتولون التنفيذ، وآثار التغيير عليهم، وأن نشركهم في مراحل التشخيص والتخطيط، كلما كان ذلك ممكناً ومناسباً. وكذلك، فإن التشخيص الدقيق يوضح - بدقة - مدى إمكانيات المنظمة واستعدادها للتغيير.

والشيء المهم الذي يجب التأكيد عليه أن تشخيصنا لوضع المنظمة، وتحديدنا لمدى إمكانياتها واستعدادها للتغيير، يصبح أحسن وأكفاً، إذا حددنا القدرة التنافسية لتلك المنظمة، وذلك بمقارنة أدائها، أو أي جانب فيها، بمحركات خارجية معينة. فتحديد الوضع النسبي للمنظمة في عدد من الأبعاد مثل مواردها البشرية والمادية، ونسق المعلومات الخاص بها، وقدرتها على تلبية احتياجات السوق وإجراءات العمل... الخ، سوف يؤدي بالضرورة إلى توليد أفكار واقعية حول نقاط القوة والضعف في المنظمة، وكيف يمكن تعظيم الأولى، ومواجهة الثانية.

ويمكن تقييم المنظمة - أو أي من جوانبها - من خلال محكين يمكن الاعتماد عليهما:
أ - مقارنة ما تقدمه المنظمة من إنتاج أو خدمات بما يقدمه أقوى المنافسين المباشرين لها.

ب - مقارنة المنظمة بأعلى المعدلات العالمية.

وفي كلتا الحالتين يجب أن تتم المقارنات في ضوء الأرقام الموضوعية الدقيقة. أي أن الاعتماد على مقارنة ما يتم في المنظمة بمحركات خارجية، سواء في ضوء المحك الأول أو الثاني، يجب أن يكون مكوناً أساسياً في عملية التغيير بكافة مراحلها، وفي مرحلة التشخيص (أولى مراحل التغيير) على وجه الخصوص. فهذا لا يساعدنا في كفاءة التشخيص فحسب، بل يفيد في جوانب أخرى، فهو يشجع المنظمة ويحثها على التعلم من الآخرين الأكثر كفاءة. وكذلك فهو يؤدي إلى رفع دافعية العاملين لتحقيق معدلات أداء أعلى وأهداف أكبر مثلما يفعل الآخرون.

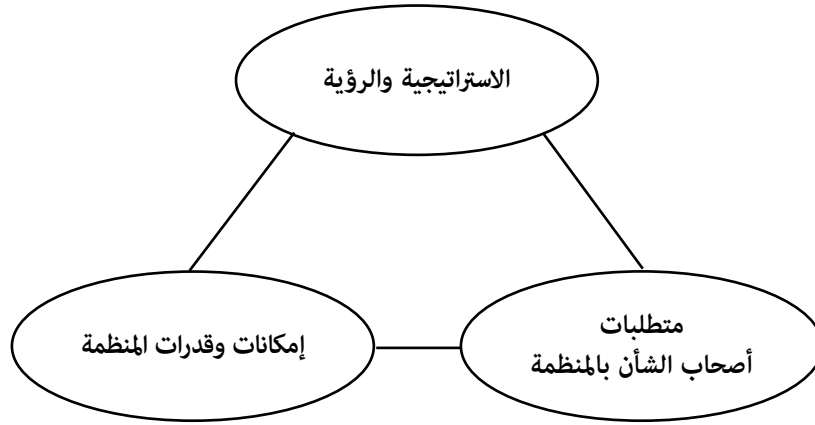
وبعد أن عرضنا لاستراتيجية التغيير، وكيف تنشأ وتتكون، وضرورة نهوضها على عملية تشخيص جيدة لوضع المنظمة الحالي من كافة جوانبه، وأنها تعتمد على بحوث عن آراء العاملين والمديرين والقادة وكل من له صلة

بالمنظمة، يبقى أن نعرض للجزء الأخير المتبقى من نموذج التغيير الاستراتيجي الذي أوضحناه في الشكل السابق، إلا وهو طبيعة التغيير الذي يجب أن يتم وأهدافه.

إن التشخيص الجيد لواقع المنظمة، ووضع الاستراتيجية والرؤية الملائمة للتغيير يقود المنظمة إلى إحداث تغيير في مستوى من ثلاثة مستويات وهي:

- 1- المستوى الأول: إجراء تغييرات نوعية أو محددة داخل المنظمة ذاتها مثل تغيير نسق المعلومات أو إنتاج منتج جديد أو التوسع بإنشاء مصنع آخر...الخ.
- 2- المستوى الثاني: أن تنخرط المنظمة في برنامج تغيير أكثر اتساعاً وعمومية. ومن أمثلة تلك البرامج: برامج إعادة هندسة العملية التجارية، وبرامج الجودة الشاملة، وبرامج لتصنيع وعرض المنتج في التوقيت الصحيح واستراتيجيات حسن إدارة الوقت لزيادة الإنتاج. فلكل تلك البرامج تأثيرها على المنظمة ككل أو كنسق واحد متكامل، بالإضافة إلى أنها تهدف كذلك إلى إحداث تغيير في الإطار الثقافي الخارجي المحيط بالمنظمة.
- 3- المستوى الثالث: وهو أضخم أنواع التغييرات وأكثرها اتساعاً، حيث لا يمثل التغيير هنا مجرد جانب أو مكون داخل المنظمة، ولا المنظمة ككل كنسق واحد، بل يتعلق بعلاقة المنظمة مع منظمة أخرى أو أكثر، ولذا يطلق عليه التغيير متعدد المنظمات. وهو التغيير الذي يحدث عند اندماج منظمة مع غيرها، أو إنشاء ما يسمى بالمنظمات المتحدة، أو دخول المنظمة في تحالف استراتيجي مع منظمة أخرى. ويحكم هذا النوع من التغيير برامج تسمى "برامج التغيير الشامل متعدد المنظمات". ويوجد في كثير من دول العالم مكاتب استشارية عالمية كبرى تتولى الإشراف على تنفيذ هذا النوع الضخم من التغيير.

ونختتم هذا الجزء بالتأكيد على أن إنجاز وتحقيق أي تغيير استراتيجي مخطط، يمكن تصوره على أنه "دائرة من التعلم"، كذلك التي يوضحها الشكل التالي رقم (16-2)، الذي يتألف من ثلاثة مكونات أساسية هي استراتيجية المنظمة ورؤيتها للتغيير، ومدى فهم أصحاب الشأن وقناعاتهم بهذا التغيير، وإمكانات وقدرات المنظمة أو مدى استعدادها للتغيير.



شكل رقم (2-16)
عملية التغيير كدائرة تعلم

ثانيا: استراتيجية التغيير التنظيمي

مثال لحالة تغيير

رغم أن أسبابا خارجية - خارج المنظمة - ربما تكون هي السبب وراء ضرورة إجراء تغيير في منظمة ما، فإن أسباب التغيير والدافع الرئيسي له عادة ما يكون مشكلة أو أكثر داخل المنظمة. ففي إحدى المنظمات نشأ خلاف بين إدارة المنظمة من جهة - ممثلة في المدير المالي ومدير الإنتاج - والعاملين من جهة أخرى، بخصوص موضوع الحوافز الإضافية، ومدى تناسبه ومواءمته مع باقى جوانب العملية الإنتاجية مثل حجم الإنتاج وجودته وتكاليفه وحجم الأجور..الخ.

وكانت المنظمة قد قررت بالفعل إعادة النظر في هذا الموضوع، والقيام بالتغييرات الضرورية اللازمة لتحسين كل من حجم ونوعية الإنتاج ورفع كفاءة العاملين في المنظمة، بحيث يتحدد أجرهم الكلى (الأساسى والحوافز) بناء على حجم ونوعية ما ينتجون، وهو ما أثار مخاوف معظم العاملين، وأصبح المناخ العام في المنظمة غير مريح ومشوب بالكثير من التوترات، وأصبحنا بصدد وضع يستلزم التدخل والتغيير.

وقد تم الاتفاق في المنظمة على الاستعانة بمستشارين للتعامل مع هذا الوضع، والقيام بالإجراءات المطلوبة. وقام هؤلاء المستشارون بالخطوات التالية:

1- إجراء دراسة مسحية على العاملين في أقسام الإنتاج لتبين وجهة نظرهم أو تصورهم للعلاقة بين نظام أجورهم وحوافزهم بالإنتاج.

- 2- بحث مشاكل الإنتاج وأسباب التزايد المستمر في تكلفته.
- 3- وضع نظام أجور موضوعى ومقبول من كل من الإدارة والعاملين.
- 4- تحديد أى جوانب أخرى فى المنظمة تستدعى التدخل بالتغيير بهدف التحسين والتطور.

وبناء على نتائج الخطوات السابقة، تم الانتهاء إلى ضرورة استحداث نظام جديد للعمل، يساعد على إحداث الكثير من التحسينات والتغييرات الإيجابية.

واعتمد البرنامج المستخدم لإجراء تلك التغييرات على:

أ - ممارسات جديدة لأداء العمل بهدف تحسين جودة المنتج.

ب- ربط الأجر بالإنتاج.

ج- تعديل معايير الأداء الموجودة.

د- إدخال تكنولوجيا جديدة.

وعند التطبيق العملى لممارسات التغيير ظهرت- وهذا أمر طبيعى- بعض المشكلات، تم التدخل المباشر لحلها، والتغلب عليها. والمهم أنه نتيجة لهذا المنحى المتفتح فى الإدارة و فرق العمل الفعالة التى تم تكوينها فى أقسام المنظمة المختلفة، ثم تحقيق تقدم مذهل، وذلك خلال مدة لم تتجاوز أربع سنوات. فقد صارت المنظمة شيئا مختلفا اختلافا جوهريا، فزاد الإنتاج بنسبة 60٪، وانخفضت التكاليف، والأهم من ذلك أن الرغبة فى التغيير بهدف التطوير والتحسين المستمر أصبحت هى السائدة لدى جميع العاملين فى المنظمة، وصاروا أكثر ثقة فى أنفسهم ومنظمتهم.

والسؤال الآن، ما الذى نتعلمه من تلك الحالة؟ وما الاعتبارات الأساسية التى يجب أن نراعيها عندما نكون بصدد إجراء تغيير فى منظمة ما؟. الإجابة أن هناك ثلاثة دروس أساسية يمكننا تعلمها من هذا المثال، وهى:

الدرس الأول

عند قيامنا بأى تغيير فى منظمة ما، فلا بد أن تتوفر ثلاثة عوامل يجب أن نوليها الاهتمام الكافى هى:

1- إدارة الأداء فى المنظمة

أول ما يجب أن نتعلمه من حالة التغيير الناجح فى المنظمة ضرورة أن يدرك كبار المديرين ويتعلموا أنه بعد فترة ما- تختلف من منظمة لأخرى- يجب أن تتغير أنظمة وأنساق العمل فى المنظمة، لأنها سوف تكون بالضرورة غير ملائمة. أما ما نلاحظه من عدم وعى وتجاهل كثير من المديرين فى مختلف المنظمات للأهداف المستقبلية، وانحصارهم الشديد فى أطر الماضى والحاضر، فهو إحدى

المشكلات الكبرى التي تعترض سبيل التغيير، وبالتالي يصبح "تعليم" المديرين الاهتمام بالمستقبل، عنصراً ضرورياً لأي منظمة تسعى إلى التطوير المستمر.

نقطة أخرى يجب أن نتعلمها وهي ضرورة الاهتمام بآراء ووجهات نظر العاملين، وألا يكون أسلوب الإدارة في المنظمة هو الأسلوب التسلطي الذي يلقي بالأوامر واجبة التنفيذ دون مراعاة لوجهة نظر الآخرين.

إن أول شيء يجب أن نفعله عندما نشرع في الإعداد لإجراء تغيير في منظمة ما هو أن نعرف كيف يدرك المديرون مشكلات المنظمة، وكيف يتواصلون مع العاملين، وما الاستراتيجيات والأساليب التي يعتمدون عليها بهدف تحسين الأداء، وهل يعدلون من تلك الاستراتيجيات في ضوء ما يصلهم من عائد خاص بها، وهل يشجعون الأفكار الجديدة، وهل يقيمونها بدقة، وهل الموارد المطلوبة متاحة. وباختصار، فإن أول شيء يجب أن نفعله عند الشروع في القيام بأي تغيير هو أن نفحص ونقيم الأداء الإداري في المنظمة.

2- فرق العمل الفعالة

لما كانت عملية التغيير في أي منظمة هي بطبيعتها عملية متعددة الجوانب، ويشارك فيها أفراد مختلفون (من كافة الأقسام ولهم اتجاهات ومعتقدات مختلفة...الخ) يصبح إجراء تكامل فعال بين الجوانب المختلفة والأفراد المختلفين أمراً بالغ الأهمية لنجاح برامج التغيير في أي منظمة. فلا بد أن ننجح في إحداث تعاون فعال بين كافة المكونات الوظيفية (الإنتاج والمبيعات وخدمة العملاء والشئون المالية...الخ) في المنظمة.

وأكثر ما يمكن أن يساعدنا في تحقيق ذلك هو الاعتماد على عمليتين: الأولى تتمثل في توفير المعلومات الضرورية والكافية للجميع، والثانية هي خلق حالة من الفهم المشترك، والاتجاهات المتماثلة حيال التغيير، والتي تدفعه في الاتجاه المأمول.

3- هياكل وأنساق المنظمة الفعالة

ثالث ما نحتاجه عند إجراء تغيير بهدف تطوير منظمة ما، أن تكون هياكل وأنساق تلك المنظمة على درجة مقبولة من الفعالية. بمعنى أن تكون قادرة على تنفيذ استراتيجياتها القائمة بكفاءة، وأن تؤدي دورها الحاضر بالصورة المأمولة. وفي ذات الوقت تكون مهيأة لتبنى وتنفيذ استراتيجية جديدة.

ولكي تكون هياكل وأنساق المنظمة على درجة من الفاعلية، فمن الضروري أن يكون هناك تحديد ملائم وواضح لكل من السلطات والمسؤوليات ونظم

معلومات، وعملية تواصل ملائمة، وتوزيع عادل وموضوعي للموارد، سواء البشرية أو المادية على كل أقسام ووحدات المنظمة، بالإضافة إلى ضرورة وجود نظام ملائم لتقييم أداءات الأفراد والحوافز والترقيات. فإذا لم تكن كل تلك الجوانب لها درجة معقولة من الفعالية، فإن التغيير لن ينجح بالدرجة المأمولة.

وعلى ذلك، فإنه بدون اتسام كل تلك الجوانب الثلاثة (الإدارة، والتكامل وروح الفريق، والهياكل والأنساق) بالفاعلية، فإن تنفيذ أى تغيير سوف يكون عملية بالغة الصعوبة.

إننا نقوم بالتغيير لسببين: إما لتحسين مستوى الفاعلية الموجودة بالفعل في المنظمة، وإما بغرض أن تتوافق المنظمة مع تغييرات خارجية. ومعنى هذا أن مستوى الفاعلية الحالى للمنظمة هو الذى يحدد طبيعة السياق الذى سنجرى التغيير فى إطاره. والقاعدة العامة هنا هي: كلما كان وضع المنظمة الحالى فعالا، كان العاملون بها أكثر استعدادا لتقبل وتنفيذ أى تغيير فيها بنجاح. لهذا يجب أن نهتم دائما بكل من الحاضر والمستقبل، أى بكل من الفاعلية والتغيير.

الدرس الثانى: التعلم من التغيير

المنظمة الفعالة هى التى تشجع التعلم من التغيير وتدعمه. وهذا يعنى أن هناك نسقا إداريا متفتحا (غير تسلطي) يشجع على المبادرة والمخاطرة المحسوبة، كلما كان ذلك متاحا وملائما. وكذلك تتوفر لدى إدارة المنظمة القدرة على قياس ومتابعة ما يتم من تقدم وما ينشأ من مشكلات.

وإذا عدنا للمثال الذى عرضنا له فى البداية عن المنظمة التى نفذت تغييرا ناجحا، فسوف نجد أنه تبين أن مديرى تلك المنظمة والعاملين فيها تعلموا من خبرة التغيير التى قاموا بها ما يلي:

- 1- ضرورة أن تكون هناك دائما مجموعة من الأهداف الواضحة للمنظمة، يعرفها جميع العاملين فيها، وأن تمثل تلك الأهداف حولا لمشاكل يدركها ويعبر عنها العاملون فى المنظمة (أى أن الأهداف هى حلول لمشاكل قائمة).
- 2- يجب أن يركز التخطيط على قضايا ومشاكل نوعية محددة، وليس قضايا عامة.
- 3- من الضروري البدء بتحسين أداء الإدارة العليا، قبل الانخراط فى أى تغيير يشمل المنظمة كلها (أى البدء من قمة الهرم الوظيفي).
- 4- إن تحقيق أى نجاح مبكر أو أثر إيجابى سريع للتغيير يؤدى إلى زيادة ثقة العاملين بأنفسهم وبقاداتهم.

- 5- التغيير وإدارته عملية صعبة وبطيئة بطبيعتها.
- 6- يجب أن يدرك العاملون أن المديرين يعملون بجد ونشاط في مواقف خاصة بهم. أي أن يقتنع العاملون أن المديرين معهم على نفس الموجة.
- 7- المتابعة والقياس والتقييم المستمر عوامل ضرورية لنجاح التغيير.
- 8- إدارة التغيير هي عملية تعلم لكل الأفراد المشتركين فيه.

الدرس الثالث

يتضمن هذا الدرس نقطتين: الأولى أن خارطة التغيير الناجح هي التي تشمل: تشخيصاً منظماً ودقيقاً لوضع المنظمة الحالي من كافة جوانبه، وبرنامجاً واضح المعالم لممارسات التغيير بناء على هذا التشخيص، بشرط أن يراعى أن التغيير "عملية ديناميكية"، وليس خطوات استاتيكية ذات تسلسل جامد.

النقطة الثانية هي، أنه من الخطأ الشديد الذي يقع فيه كثير من المديرين هو سعيهم "لبيع" التغيير للعاملين، تماماً كالبائع الذي يريد أن يبيع سلعته لزبون ما بأي طريقة. إن بعض المديرين يقول للعاملين: "إن ما سيتم سوف يعجبكم"، "إنه سيحل جميع مشاكلكم"، "إنه سيجعل كل شيء في المنظمة على مايرام"، "لا تخافوا وتقلقوا، فهو لن يسبب أي خسائر أو أضرار لكم"...الخ من مثل تلك الأقوال التي يعتقد هؤلاء المديرون أنها سترضى وتحمس العاملين للتغيير. والواقع أن هذا "البيع والترويج" هو أسوأ أنواع إدارة التغيير.

إننا نسلم بأهمية ترويج التغيير بين جميع العاملين بالمنظمة، إلا أن ذلك يجب أن يتم بشكل موضوعي من خلال ربطه بمشاكل العاملين واحتياجاتهم، وليس من خلال الأقوال المرسلة. فإذا نجحنا في الربط بين التغيير ومشكلات العاملين واحتياجاتهم، فإن ما يصاحب التغيير من قلق لن يكون في تلك الحالة قلقاً معوقاً، بل قوة دافعة تحفز على قبول التغيير وتنفيذه بنجاح.

ثالثاً: تشخيص التغيير التنظيمي

(1) تكوين الرضا بالتغيير وقبوله والموافقة عليه

لن ينجح التغيير إذا لم نتأكد من البداية- وقبل الشروع فيه- من أنه مرغوب فيه ومحل قبول ورضا غالبية العاملين في المنظمة. لا بد من أن ننجح في أن نجعل الناس تدرك، وتقتنع، بأنهم في حاجة إلى هذا التغيير.

إن أى فرد فى أى مجال حينما يظل لسنوات طويلة يمارس عمله بنفس الأسلوب والإجراءات، فإنه "يتقوقع" داخل هذا الأسلوب وتلك الإجراءات، ويعتقد أن أى تغيير فى هذا السلوك لن يمكنه من أداء عمله بنفس الكفاءة التى اعتاد أن يمارسه بها، ولذلك فهو "يستغرب"، ويواجه أى محاولة للتغيير بالتساؤل: "لماذا؟" ... لماذا التغيير.

ما نود التأكيد عليه أن إعداد الناس للتغيير، وجعلهم يدركون أهميته بالنسبة لهم ليس عملية "منطقية" أو عقلية بسيطة، بل عملية معقدة ومتعددة الجوانب وتتطلب مجهودا مخططا ومنظما.

إن تنفيذ التغيير لا يتحدد وفق تشخيص دقيق وصحيح لوضع المنظمة وإعداد برنامج تغيير ملائم لتغيير الأوضاع فحسب، بل لابد أن يكون ذلك كله قائما على، ومصحوبا بقبول ورضا وقناعة العاملين فى المنظمة. فلا قيمة لتشخيص دقيق وصحيح للتغيير، إذا لم يكن هناك إدراك وقناعة بأهمية وحاجة المنظمة له، سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات.

(2) متابعة الأداء وقياس الفاعلية

ماذا نعنى بمصطلح "فعال"؟ كيف نحدد ما إذا كانت منظمة ما تؤدي عملها "بشكل جيد" أم لا؟ وماذا نعنى بـ "شكل جيد"؟ هل نقصد به ما تحققه من ربح مادي؟ أم قيمة مبيعاتها؟ أم قيمة حصتها فى السوق؟ أم مستوى ما تقدمه من خدمة؟ وإذا كان الأمر كذلك، فما هو المستوى المقبول؟ وماذا عن قدرتها التنافسية؟ الخ.

ما نريد أن نصل إليه هو أن تحديد فعالية أى منظمة عملية معقدة ومتعددة الجوانب. ورغم ذلك، فإننا نحتاج دائما إلى قياس الفاعلية لسببين: الأول لى نتعرف على مواطن الضعف ومصادره وأسبابه لى نحسنها، والثانى لأن المنظمة غير الفعالة أو منخفضة الفعالية ينشأ عنها مناخ وسياق يصعب إجراء وتنفيذ التغيير فيه. ونحن فى حاجة إلى التعرف على كلا الجانبين. فمعرفة مصادر وأسباب عدم الفاعلية- كأولى خطوات إعداد أى برنامج للتغيير- يمدنا بميزتين أساسيتين الأولى أن ذلك يساعد كثيرا على تنفيذ التغيير بدرجة أكثر كفاءة، وسرعة. والثانية أنه يجعل التغييرات المستقبلية، التى يمكن أن تحدث بعد التغيير الذى نحن بصددده الآن أسهل، ذلك لأن المنظمة سوف تكون أكثر تقبلا له، واستعدادا للتوافق معه، لأن الأفراد سيكونون قد تعلموا الكثير من خبرة التغيير

الحالية. فالقاعدة هي أن نجاح أى تغيير يجعل الأفراد أكثر استعداداً وتهيؤاً وقدرة على تحمل ضغوط التغييرات التالية التى يمكن أن تحدث مستقبلاً.

ومعنى هذا أنه بزيادة فاعلية المنظمة، يسهل تنفيذ التغيير فيها بنجاح، وهذا التنفيذ السهل والناجح، يجعل المنظمة أكثر فاعلية...وهكذا.

أ - الكفاءة Efficiency والفاعلية Effectiveness

يميز البعض بين الكفاءة والفاعلية، إذ يقصد بالكفاءة حسن استثمار الموارد الحالية، بحيث تحقق أفضل نتائج ممكنة (أحسن أداء ممكن فى الحاضر). أما الفاعلية فهى أكثر شمولاً، حيث تتضمن الكفاءة، بالإضافة إلى القدرة على التوافق. فالمنظمة الفعالة هى تلك التى تكون على درجة عالية من الكفاءة، وفى ذات الوقت قادرة على تعديل استراتيجياتها وأهدافها بمرونة وسرعة لتتوافق مع ما ينشأ من مستجدات وظروف متغيرة فى المحيط الخارجى المرتبط بها والمؤثر فيها. ولا شك أن الكفاءة (حسن الأداء فى الحاضر) من شأنه أن يوفر للمنظمة الموارد والوقت والثقة لتقبل أى تغيير والتوافق معه بسهولة (الفاعلية).

ويرى بعض الباحثين أن جوهر الفاعلية يشتمل على ثلاثة مكونات هي:

1- تحقيق أهداف الحاضر (الكفاءة) التى تم وضعها، سواء فيما يتعلق بالأرباح أو حصة المنظمة فى السوق أو الشهرة...الخ. إلا أن مجرد تحقيق الأهداف لا يكفي، بل لابد أن يتم ذلك بأقل تكلفة مادية وبشرية ممكنة.

2- الاحتفاظ بالنسق الداخلى للمنظمة ثابتاً ومستقراً على مستواه المرتفع. ونقصد بالنسق الداخلى للمنظمة (أو قلبها) مجموعة الإجراءات الأساسية مثل كيفية تقدير أداءات الأفراد، وتطوير أساليب الإدارة والتدريب المتواصل، ونظام الحوافز والمكافآت. ونعتقد أن أهم مكونات هذا النسق هو الحرص الدائم على أن يكون العاملون فى المنظمة فى كل المستويات الوظيفية من الأكفاء المهرة أصحاب الخبرة. فمستوى فرق العمل فى أى منظمة أحد المؤشرات الجوهرية فى تحديد مدى فاعلية تلك المنظمة.

3- القدرة على التوافق مع البيئة الخارجية، وما يتضمنه ذلك من علاقة المنظمة بالأسواق الخارجية ومجتمعها وسمعتها لدى الآخرين، والمستجدات التكنولوجية فى مجال اهتمامها. وبالطبع، فإنه لا يمكن الفصل التام بين تلك المكونات الثلاثة التى تمثل جوهر فاعلية أى منظمة، فهى مترابطة ومتفاعلة.

ب- السؤال الآن: كيف يمكننا قياس تلك الفاعلية؟

يتوافر عدد من المقاييس الكمية والكيفية في هذا الخصوص. ويمكننا القول إن المقاييس الكمية تساعدنا في تقدير "الماضي"، رغم أننا نستطيع أن نستفيد منها في استشفاف المستقبل. ورغم أن المقاييس الكمية تبدو مغرية في الاستخدام ويجري وراءها البعض، فإننا نحذر من أنها ربما تكون مضللة إلى حد كبير (باستثناء المؤشر الكمي الخاص بتحديد النفقات أو التكاليف). وعلى أى حال، فهذا ليس هو محور اهتمامنا الآن، فكل القياسات سواء الكمية أو الكيفية لها حدودها ومميزاتها وعيوبها. فكل ما نريد التأكيد عليه هو أنه من الضروري عندما نقيس الفاعلية، ألا نحصر أنفسنا في مجال ضيق، أو نعتمد على مقياس واحد. فالإطار الضيق سيكون بالضرورة مضللاً. فمثلاً لو اعتمدنا على مقدار الربح الذى تحققه المنظمة، واكتفينا بمجرد معرفة ذلك، فربما يضللنا في تحديد مدى فاعلية المنظمة، حيث من المفروض هنا ألا نكتفى بذلك، بل لابد أن نعرف: هل كان بإمكاننا - في ضوء الموارد هنا - أن نحقق ربحاً أكبر؟ وما قيمة الربح الذى يحققه المنافسون؟ وما قيمة الربح الذى تحققه المنظمات المماثلة لمنظمتنا؟...الخ.

لاشك أن القياسات الكمية مهمة وتساعدنا على عمل تحليل دقيق لوضع المنظمة، ولكن الخبرة والحدس التى تتمثل في التقديرات الكيفية لا تقل أهمية عنها. وبالتالي، فنحن نحتاج إلى عمل تقويمات كيفية عن رضا العاملين واتجاهاتهم وأسلوب الإدارة في المنظمة، والقدرة التكيفية للمنظمة، وكيفية تطوير أو تحسين الإدارة.

إننا نحتاج إلى عدد كبير من المؤشرات لكي يمكننا تقدير فاعلية أى منظمة بشكل ملائم، وهو ما يوضحه الشكل التالى رقم (16-3) والذى يطلق عليه "مصفوفة الفاعلية".

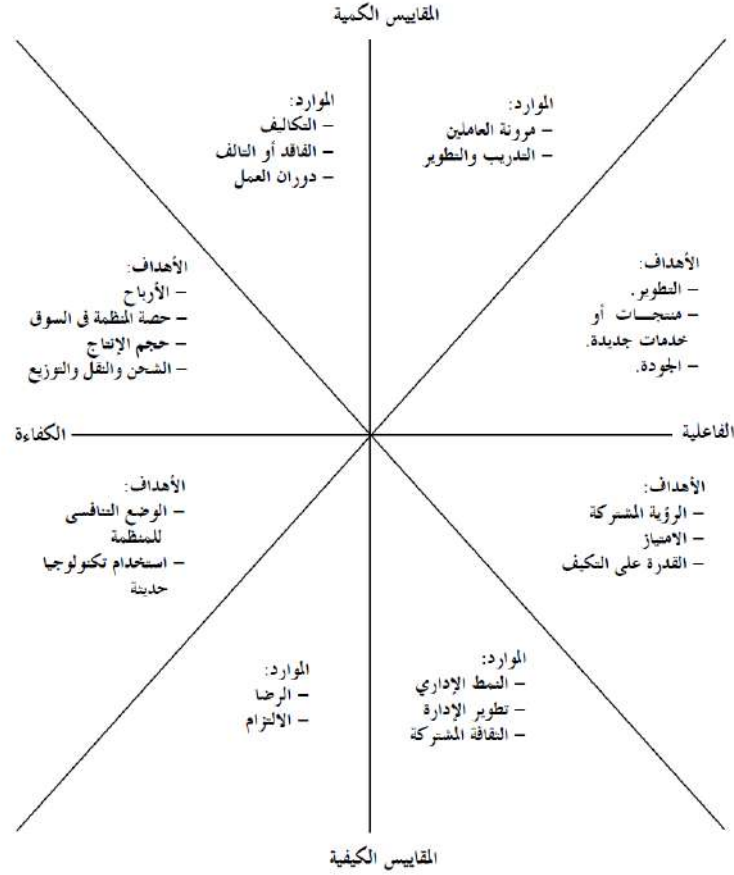
ويجب أن يكون واضحاً أنه ليس من السهل دائماً تقدير كل تلك العوامل في أى منظمة. فنحن لا نستطيع في كثير من الأحيان، ولأسباب مختلفة تقدير كل شيء. كذلك، فإن المتغيرات التى نعتمد عليها في التقدير ربما تختلف من منظمة لأخرى. ولكن ما نود التأكيد عليه هو أنه عند تقدير فاعلية المنظمة ما، يجب أن نعتمد على مؤشرين أساسيين:

أ - تمثل المربعات الأربعة المختلفة للمصفوفة.

ب- تمثل كل من الموارد والأهداف.

وغالبية المنظمات تكون بارعة في المتغيرات الموجودة في المربع الأعلى الأيسر من المصفوفة، سواء الخاصة بالموارد أو الأهداف. وقليل جداً من

المنظمات الذي يهتم بالمتغيرات والجوانب الأخرى الموجودة في المربعات الثلاثة الأخرى، وإن كان وعى المنظمات بأهمية تلك المتغيرات والجوانب قد بدأ يتزايد حالياً، خصوصا فيما يتعلق بالتدريب المتواصل وأهميته في تطوير أداء العاملين.



شكل رقم (3-16)

مصفوفة الفاعلية التنظيمية

رابعاً: طبيعة برامج التغيير التنظيمي

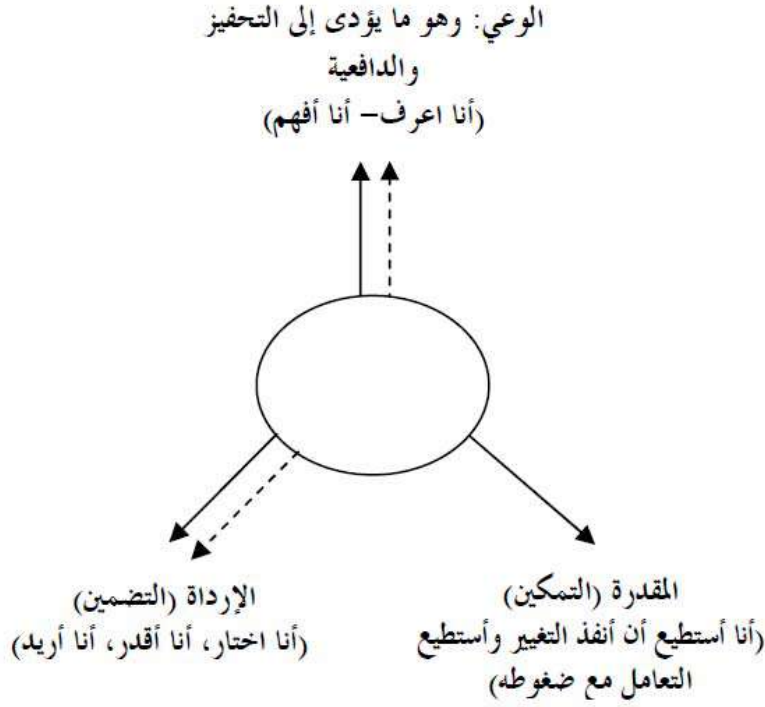
مقدمة

يتركز الاهتمام في هذا الجزء على كيفية وضع برنامج للتغيير؟ وأهم الاعتبارات التي يجب مراعاتها في هذا الشأن؟، وبصفة خاصة في حالتى التغيير واسع النطاق الذى يشمل المنظمة ككل، والتغيير ما بين المنظمات (أوسع وأضخم أشكال التغيير) كالتغيير في حالة اندماج عدد من المنظمات معاً، أو حالات الشراكة بين منظميتين أو أكثر.

إن أصعب المشكلات التى تقابلنا عند تطبيق برامج التغيير على أرض الواقع هى مشكلة أن برامج التغيير عادة ما تصور التغيير وتتعامل معه على أنه سلسلة متتابعة من المراحل المحددة، والتى يمكن تناولها والتحكم فيها بدقة؛ أى تصور التغيير على أنه شيء جامد وثابت يمكن تقسيمه إلى مراحل منفصلة، والتعامل مع كل مرحلة منها على حدة وبشكل دقيق.

ومن ثم، فإن الواقع الفعلى لا يؤيد هذا التصور لعملية التغيير، ولا يثبت أنها بتلك السهولة والتسلسل الجامد المحدد. فلا وجود لهذا التسلسل الصارم المذكور في برنامج التغيير، بل هناك دائماً توازى وتداخل بين مختلف المراحل والأنشطة والممارسات التى تشملها عملية التغيير.

وبناء على ذلك يتبنى كارنال وجهة النظر التى ترى التغيير على أنه عملية دائرية، وليست مستقيمة في شكل مراحل متتابعة وثابتة. إن عملية التغيير- تتحرك في شكل دوائر تبدأ بالأضيق وتزداد في الاتساع، وهى ليست دوائر منفصلة، بل تتداخل، وربما تنتقل من دائرة (أو مستوى) إلى آخر ليس بالضرورة هو التالى له، وربما نتراجع من دائرة (أو مستوى) إلى آخر ليس من الضرورى أن يكون هو السابق عليه. ولنجاح عملية التغيير الدائرية هذه، فلا بد من توافر ثلاثة شروط أساسية، كل منها يشتمل على عدد من الأجزاء والمقومات الصغرى التفصيلية يوضحها الشكل التالى رقم (4-16)



شكل رقم (4-16)

الشروط الضرورية الثلاثة للتغيير الفعال

وطبقا للشكل السابق، فإن هناك شروطا ثلاثة ضرورية لأى تغيير فعال، هى الوعي، والمقدرة، والإرادة.

أ - الوعي: من الضروري أن يعى المشاركون فى التغيير والمنفذون له أهداف التغيير، ودور كل منهم فى تحقيق هذه الأهداف. وبدون هذا الوعي لا يمكن أن نحفز الأفراد للتغيير أو نرفع دافعيتهم. فالوعى يتضمن أن يكون العاملون على معرفة وفهم واضحين بحاجات ومتطلبات عملاء منظماتهم، وبالموارد المتاحة للتغيير، وبالسلوكيات الجديدة التى نرغب فى استحداثها، وإجراءات العمل الجيدة. وكذلك يجب أن يكونوا على دراية كاملة بكيفية تتبع مسار عملية التغيير، وتصحيح أى خطأ يمكن أن ينشأ ويعترض طريق التنفيذ.

ب- المقدرة (التمكن): يجب أن يمتلك الأفراد الإمكانيات والمهارات التى تؤهلهم وممكنهم من التعامل مع المهام الجديدة. لابد أن يدرك الأفراد أنهم قادرون على تنفيذ المهام الجديدة، وأنهم يمتلكون بالفعل المقومات التى تؤهلهم لذلك، وتؤهلهم أيضا للتعامل مع ضغوط تلك المواقف الجيدة. إن المقدرة تعنى

تحديد وتخصيص الموارد اللازمة لإنجاز التغيير، وتمكين العاملين منها، سواء كانت تلك الموارد، موارد مالية، أو مهارات، أو زمن كافٍ.

ج- الإرادة (التضمين): يجب أن يشعر العاملون أنهم متضمنون في عملية التغيير؛ بمعنى أن لهم الحق في الاختيار، وقادرون على ممارسة هذا الحق، وأن لهم دوراً في تحديد وتقييم الأهداف الجيدة لمنظمتهم، ويمارسون ذلك فعليا، ويدركون أن هذا التغيير منهم وبهم ولهم. إن التضمين يعنى مدى قوة الالتزام بتنفيذ التغيير ومدى الإيمان به كقضية والإحساس بأن ما يحدث هو "ملك لهم" من أجلهم. ولا بد أن يصاحب ذلك تحديد واضح للأدوار والمسئوليات والمحاسبات، وأن يعرف الجميع ما سوف يترتب على الفشل في تحقيق الإنجاز المنشود، وأن يكون هناك نظام للحوافز والمكافآت تميز بين النجاح والفشل.

مراحل التغيير

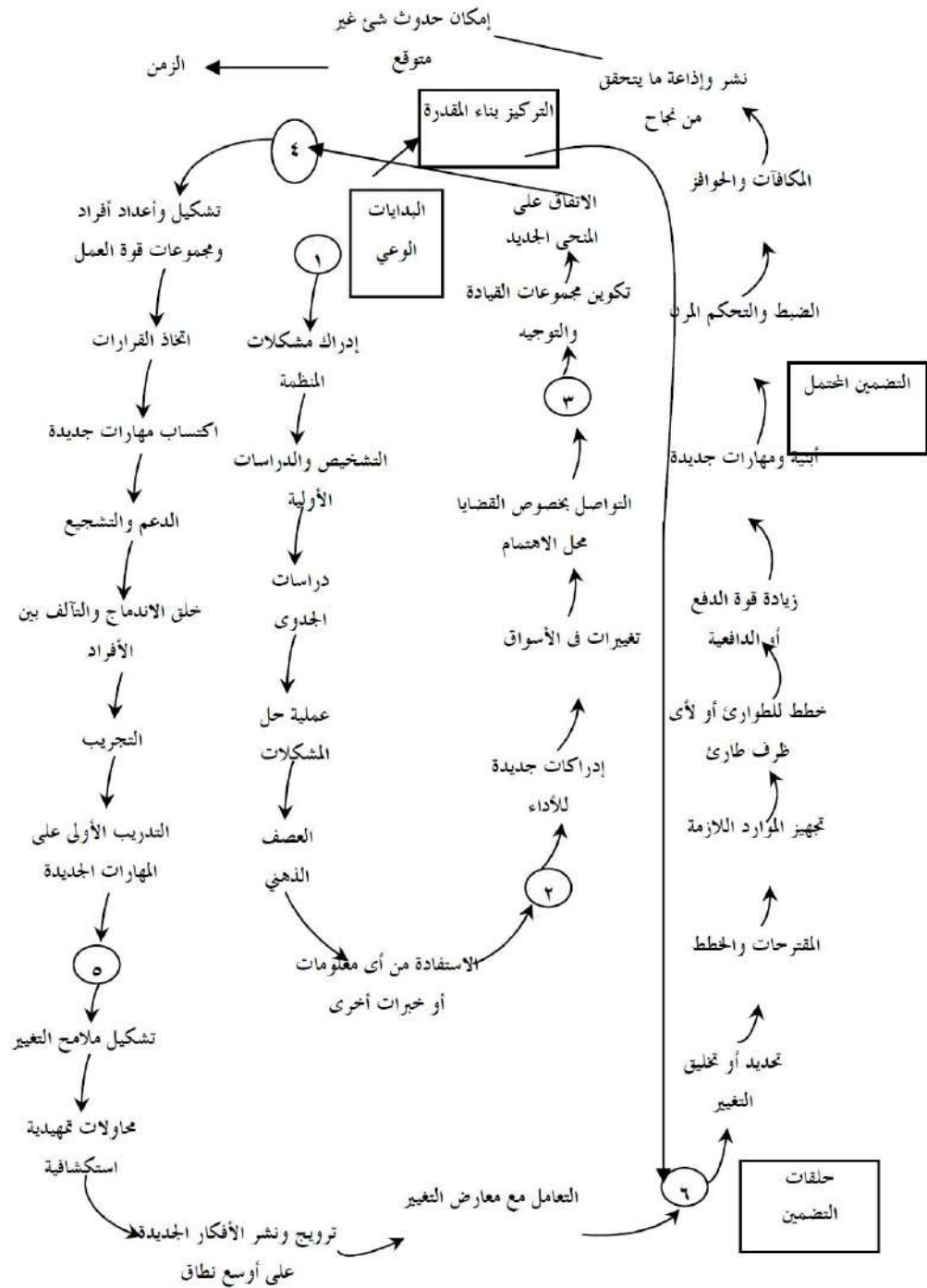
1- انطلاقاً من وجهة النظر السابقة، والتي ترى أن التغيير ليس سلسلة من المراحل أو الخطوات المتتابعة زمنياً، بل هو عملية دائرية، يمكن تصور تلك العملية على أنها ذات ثلاث مراحل أساسية، تحقق الشروط الثلاثة السابقة، وهى البدايات Beginnings والتركيز Focusing والتضمين Inclusion، وهو ما يوضحه الشكل التالى رقم (16-5)

ويتضح من الشكل أن هناك ثلاث مراحل أساسية للتغيير هي:

أ - البدايات: يتم في تلك المرحلة إدراك المشكلات التي تعاني منها المنظمة ويزداد الوعي بها، وتبدأ الدراسات التشخيصية، ودراسات الجدوى، وننظر في خبرات المنظمات الأخرى التي يمكن أن نستفيد منها... الخ. وكل هذا يؤدي إلى بدء تخليق إدراك جديد لما يمكن تحقيقه، وما يمكن أن نحدثه من تغيير سريع في الأسواق والجانب التكنولوجي... الخ.

وإذا كان التركيز الأساسى في هذه المرحلة يكون على خلق الوعي بمشكلات المنظمة، فإن ذلك يستمر بعد ذلك في المرحلة التالية؛ بمعنى أنه لا ينتهى بانتهاء هذه المرحلة.

ب- التركيز: تستمر في تلك المرحلة الجهود الخاصة ببناء الوعي، ولكن الأفراد يبدأون في التحرك تجاه اتخاذ القرارات والأداء، حيث تتكون قوى العمل من الأفراد والمجموعات التي ستشارك في التغيير. وإذا كان هؤلاء الأفراد في حاجة إلى اكتساب مهارات جديدة، فنبداً في تحديد تلك المهارات وتخليقها في المنظمة.



شكل رقم (5-16) التغيير كعملية دائرية متعددة المراحل

ويجب أن نركز جهودنا في تلك المرحلة على خلق التآلف والاندماج بين الأفراد والمجموعات المختلفة في المنظمة في اتجاه دعم التغيير. وتشهد تلك المرحلة كذلك محاولات استكشافية كنوع من التجريب للأفكار والأداءات الجديدة، كذلك تجرى زيارات لمنظمات أخرى سبق لها إجراء تغييرات مشابهة لما يحدث في منظماتنا. ومن كل ذلك يمكننا أن نعيد تعديل وتحسين برنامج التغيير المقترح. ويجب أن نعطي اهتماما كبيرا للترويج للأفكار الجديدة، ونشرها على أوسع نطاق في المنظمة، وكذلك التعامل الملائم مع المعارضين للتغيير.

ج- التضمين: يكون تركيزنا الأساسي هنا منصبا على توسيع ونشر ممارسات وأنشطة وسلوكيات التغيير. ويتم ذلك من خلال وضع وتنفيذ خطة تواصل جيدة، يصاحبها فحص تفصيلي ومتابعة لإجراءات العمل في المنظمة، ولنظم المعلومات. ويتم تشكيل مجموعات صغيرة تكون مسئولة عن حصر وتحديد ما يطرح من أفكار جديدة مناسبة. ومن ثم، فإن جوهر هذه المرحلة- إذن- هو عملية اتخاذ القرارات والتنفيذ العملي لها، بحيث ينتشر ذلك في المنظمة كلها راسيا وأفقيا في ذات الوقت. ويمكن عرض هذه العملية الدائرية، وما تحويه من مهام ونشاطات طبقا للجدول التالي رقم (1-16)

جدول (1-16)

مهام ونشاطات عملية التغيير الدائرية

المرحلة	المهمة/ أو النشاط	العملية
1- التفكير	الأهداف العامة السياسات التنبؤات الاقتراحات المشاريع	مناقشات تمهيدية
2- الإعداد	تحديد الميزانية المطلوبة تحديد الأهداف النوعية الالتزام التنظيم التبويب في جداول محددة المواعيد	اتخاذ القرارات

المرحلة	المهمة/ أو النشاط	العملية
3- الأداء	الضبط التدريب إعداد التقارير مواصلة التقدم والتحسين	التوجيه والمتابعة
4- التصويب أو التصحيح	التحليل التقويم حل المشكلات	التقويم

2- التعلم والتغيير

إن التعلم هو إحدى خصائص عملية التغيير الفعال، وأنهما يحدثان متلازمين ومتزامنين، وإن كان البعض يرى أن التعلم يحدث تالياً للتغيير أو مترتباً عليه. والسؤال الذي عرضه بعض الباحثين هو: هل يمكن تصور وجود حالة من التلازم أو التزامن بين ما يحدث للأفراد من تعلم من جهة، وما يتم في منظماتهم من تغيير من جهة أخرى. ولقد رجح هؤلاء الباحثون صحة هذا التصور، حيث أشاروا إلى أن عملية التعلم التي تحدث للعاملين أثناء تنفيذهم للتغيير في منظماتهم، يمكن تصورها على أنها عملية دائرية - مثلها مثل عملية التغيير- تتضمن أربعة مراحل أساسية، حيث تشهد المرحلة الأولى تبلور أفكار الفرد المبعثرة، وتحولها إلى أهداف محددة، وتكون تلك الأفكار من الوضوح بحيث يمكن للفرد توصيلها للآخرين بسهولة. أما من المرحلة الثانية، فيستطيع الفرد فيها أن يقدم بعض المقترحات المحددة لتنفيذ تلك الأفكار، ويبدأ تحمساً والتزاماً بها. وفي المرحلة الثالثة من التعلم - الملازم لعملية التغيير- يتركز انتباه الفرد واهتمامه حول عائد هذا التنفيذ، أو على مخرجات الموقف. وأخيراً وفي المرحلة الرابعة، يصبح الفرد أكثر قبولاً وفهماً للإدراكات وأساليب الأداء الجديدة... وهذا الفهم يدفع إلى بلورة أفكار جديدة عن تلك الإدراكات والأساليب بهدف مزيد من التحسين، أي يبدأ الدائرة من الخطوة الأولى مرة ثانية... وهكذا يستمر التعلم بشكل تراكمي متجه نحو مزيد من الكفاءة والجودة.

واشتقاقاً من تلك التصورات التي قدمت لهذا الربط، يقدم "كارنال" تصوره الخاص لهذا الربط بين مراحل التغيير، ومراحل التعلم، وإدارة التغيير، وهو ما نعرضه في الجدول التالي رقم (2-16):

جدول رقم (2-16)

الربط بين مراحل التغيير والتعلم وإدارة التغيير

المراحل	المهمة أو النشاط	العملية
- التفكير البدايات	- التشخيص - دراسات الجدوي - العصف الذهني - التواصل - تحديد المشكلات - تكوين مجموعة القيادة	الاستعداد للبدء
- الإعداد التركيز	- تحديد قوى العمل من الأفراد أو الجماعات - التدريب - اكتساب مهارات جديدة - الدعم والتشجيع - التآلف والاندماج - المحاولات الأولية الاستكشافية	تجهيز الإمكانيات
- الأداء التضمين	- إحداث التغيير - الدفاع عن التغيير وإبراز إيجابياته وفوائده - اقتراحات وتصورات لتحسين التغيير - أبنية ومهارات جديدة - تشكيل الفريق - الحوافز والمكافآت والدعم - الترويج للتغيير - نشر وإعلان ما تحقق من تقدم على أوسع نطاق	تنفيذ التغيير ودعمه

ويلاحظ من الجدول السابق أنه - وخلافا لبعض الباحثين - تم حذف المرحلة الرابعة الخاصة بالتقويم. ويبرر "كارنال" ذلك بأن التقويم الرسمي لعملية التعلم نادرا ما يحدث، هذا فضلا عن أن التعلم يحدث كعملية، وليس كخطوات محددة تشمل بالضرورة خطوة التقويم.

وكل ما نريد أن نؤكد عليه هنا أن عملية التغيير التي تتعرض لها منظمة ما تتوازي مع ما يحدث للأفراد المشاركين في عملية التغيير هذه من تعلم وتتوافق معها. فالتغيير (للمنظمة ككل) والتعلم (للأفراد) متوازيان، ليس هذا فحسب، بل يمكننا أن نقترح أن هاتين العمليتين المتطابقتين، تتطابق أيضا كل منهما مع عملية ثالثة هي "عملية التعامل مع ضغوط التغيير".

ويمكن تلخيص العلاقة بين تلك العمليات الثلاث (التغيير في المنظمة- تعلم الأفراد- تعامل الأفراد مع ضغوط التغيير) وفق الافتراض التالي: تتحدد عملية تعلم الأفراد بناء على قدرته على التعامل مع ضغوط التغيير، وتتحدد قدرته على التعامل مع ضغوط التغيير بناء على مدى كفاءة قيادة المنظمة في إدارة هذا التغيير. وهو ما يؤكد الدور الأساسي لقيادة وإدارة التغيير، كمحدد أساسي لما يصاحب هذا التغيير من تعلم، وقدرة على حسن التعامل مع ضغوط هذا التغيير (انظر الفصل الثامن).

خامسا: إدارة التغييرات الكبرى

مقدمة

يتولد عن التغييرات الكبرى (واسعة النطاق) في أي منظمة، عدد من المشكلات والصعوبات المتعلقة بكيفية إدارة هذا التغيير. ويحدث ذلك بصفة خاصة إذا كان مطلوباً من الأفراد المشاركين في هذا التغيير، أن "يتعلموا" من عملية التغيير. فيجب أن يكون واضحاً أن تنفيذ التغيير شيء، والتعلم من عملية التغيير شيء آخر مختلف تماماً.

وبتحليل مبسط، يمكننا القول إن الاهتمام بإدارة التغييرات الكبرى يجب أن ينصب على سؤالين رئيسيين: الأول هو: ما التغييرات التي نود تنفيذها؟ والثاني هو كيف يمكن تنفيذها بنجاح؟.

وتتطلب الإجابة الملائمة عن هذين السؤالين أن نقوم بعدد من الإجراءات هي: تشخيص وتحديد مدى حاجة المنظمة للتغيير، والفحص الدقيق لأداء المنظمة الحالي من جوانبه المختلفة، ووضع رؤية لتنفيذ التغيير، وتحديد ووصف لاستراتيجية جديدة للأداء في المنظمة. ويضاف إلى هذه الإجراءات الأربعة الكبرى ضرورة أن يكون الجميع في حالة حركة... في حالة فعل وأداء مستمر، وهو ما يترتب عليه - بالضرورة - قدر ولو بسيط من الفوضى والتشتيت، ذلك لأن التغيير - بحكم تعريفه - هو توقف للوضع الحالي القائم. ومن هنا تأتى

الأهمية القصوى لدور القيادة في جمع شتات المنظمة، وجعل الجميع يتحركون معا وبانسجام وتناسق في اتجاه واحد بغية تحقيق هدف التغيير المأمول.

ويستلزم تنفيذ التغييرات الكبرى وجود إدارة قادرة على الجمع بين الأداء من جهة والتحليل من جهة أخرى، وهو ما يعنى ضرورة تحلى تلك الإدارة بعدد من المهارات الإدارية اللازمة لإنجاز التغيير الناجح والفعال.

إن جوهر الإدارة الفعالة للتغيير يتمثل في مدى قدرتها على "إعادة تشكيل" الأفراد، والأفكار، والموارد. فالمدير يجب أن يتحلى بنفس المهارات، ويقوم بنفس الدور الذى يقوم به قائد الأوركسترا. فإذا كان "اللحن الرئيسي" الذى تعزفه الفرقة هو القاسم المشترك الذى يلتف حوله الجميع، ويقوم كل منهم بدور في تحقيقه وإنجازه، ويقوم القائد بدور المنسق، حتى تتسق وتتناغم كل تلك الأدوار بحيث يخرج اللحن إلى النور، فإن رؤية التغيير هى القاسم المشترك الذى يلتف حوله الجميع في المنظمة، ويكون لكل منهم دور في تحقيقها وتنفيذها. ويقوم المدير بالتنسيق بين كل تلك الجهود ليتم تحويل الرؤية إلى تغييرات حقيقية على أرض الواقع في المنظمة.

وكذلك يجب على المدير أن يكون قادرا على ابتكار خطط منتظمة لتوفير الموارد والدعم والتدريب. وكلها أمور جوهرية لأي برنامج تغيير. ويجب أيضاً أن يكون قادرا على تحفيز الأفراد ورفع دافعيتهم، وإزالة الحواجز والصعوبات التى تعوق التعاون والانسجام بين وحدات المنظمة وأقسامها المختلفة، وأن يرحب بالأفكار الجديدة، ويتضامن مع الطرق الجديدة في أداء العمل، وأن يضع معايير جديدة لتقييم الأداء. وكذلك عليه أن يعرف من أين تأتي المعارضة للتغيير، وما هى مبررات المعارضين، وأن يساعد العاملين على التعامل مع ضغوط التغيير، وما يصاحبه من شد وتوترات.

إن الإدارة الفعالة للتغيير هى التى تأخذ في اعتبارها كل تلك القضايا، وتولى كل منها ما تستحق من انتباه واهتمام، والتنسيق بينها بحيث تمثل معا كيانا متكاملا. وعلى ذلك، فإن القدرة على "التألف والتركيب" بين تلك العناصر هو "مفتاح" الإدارة الجيدة للتغيير.

دراسة حالة لإدارة التغيير

تعرضت إحدى المنظمات الصناعية لعدد من المشاكل والضغوط الخارجية والداخلية نعرضها في الجدول التالى رقم (16-3)

جدول رقم (3-16)

المشكلات والضغوط الخارجية والداخلية التي تعرضت لها المنظمة

م	الضغوط الخارجية	م	الضغوط الداخلية
1	حالة من الركود الاقتصادي العام في السوق ككل.	1	عدم ملاءمة أبنية المنظمة وأنساقها.
2	انخفاض الطلب على إنتاج المنظمة.	2	انخفاض الثقة بالنفس والخوف من التغيير.
3	ارتفاع أسعار الطاقة، وزيادة التكاليف.	3	حالة من الجمود- أو الشلل- تسيطر على المنظمة لعدم اعتيادها على التغيير.
4	حدوث طفرات تكنولوجية في المنتج الذي تقدمه المنظمة، وهو غير متوفر لديها.	4	نقص الخبرة بخصوص التكنولوجيا الحديثة.
5	انخفاض القدرة التنافسية للمنظمة، وتحول الكثير من عملائها عنها.	5	انخفاض كل من كم الإنتاج، وجودته.
6	بيع جزء كبير من أسهم المنظمة، وبالتالي تغير من يملكونها، وأقى هؤلاء الملاك الجدد بمجلس إدارة جديد للمنظمة.	6	انخفاض الروح المعنوية للعاملين، وزيادة معدلات التغيب عن العمل، وكثرة الخلافات حول معظم أمور المنظمة.
		7	نقص في السيولة المالية للمنظمة.

دعت كل تلك المشكلات الإدارة إلى محاولة إيجاد طرق لإجراء تغيير في المنظمة يخرجها من وضعها الحالي على طريق الفاعلية التنظيمية بالشكل الذي تستعيد به مكانتها وقدرتها التنافسية.

وكان التحدي الأول والأكبر الذي واجه الإدارة هو خلق اتجاه إيجابي لدى الأفراد في المنظمة- في كل مستوياتهم الوظيفية- نحو التغيير. وكان هذا الأمر صعباً، لأن تلك المنظمة لم تشهد أى تغيير منذ حوالي 30 عاماً، وهو ما جعل العاملين معتادين على الثبات والاستقرار السلبي، وجعل المديرين لا يملكون إلا القليل جداً من المهارات اللازمة لإدارة التغيير.

ولما تبين للإدارة الجديدة تلك الحالة المتدهورة للمنظمة، أعدوا فريق قيادة يشمل مديرا إداريا وآخر هندسيا ومديرا ماليا. وبدء الفريق الجديد في التحرك بسرعة، معتمدا على الاستراتيجية التي يوضحها الجدول التالي رقم (4-16) :

جدول رقم (4-16)

يوضح استراتيجية التغيير التنظيمي

م	فحص واقع المنظمة	اتجاهات وبناءات جديدة	الأهداف المحققة
1	تم إعلام العاملين بمدى خطورة الانغلاق على الذات والتخبط الذي تعيشه المنظمة، وأن هذا يمثل تهديدا لهم.		تم إدخال تكنولوجيا جديدة، سواء في المواد الخام أو في عملية التصنيع.
2	حث وتشجيع العاملين على فهم أبعاد المشكلات التي تواجهها المنظمة.	تكوين وتطوير اتجاهات جديدة حيال العمل والتغيير.	
3	طرح أفكار جديدة تركز على المستقبل، ولإنتاج منتجات جديدة.		
4	غزو أسواق جديدة ومشاريع وأعمال مالية مبتكرة لإنعاش المنظمة.	التدريب على التكنولوجيات الجديدة.	تم إدخال نظام ضبط الجودة.
5	حوارات حرة وصريحة وتواصل فعال بين جميع المستويات الوظيفية.	إعادة تنظيم الأمور المالية بحيث تم تخفيض النفقات.	أصبحت المنظمة قادرة على إنتاج منتجات جديدة.
6	التضامن والتعاون الكامل بين العاملين في كل وحدات وأقسام المنظمة.	الاستثمار في التكنولوجيا الجديدة.	أصبح العمل أكثر مرونة وسهولة.

وكما هو واضح من الجدول السابق، فإن أولى خطوات استراتيجية التغيير التي اعتمدت عليها الإدارة الجديدة لتلك المنظمة. هي الفحص الدقيق لواقع المنظمة وأحوالها من كافة الجوانب، وإشراك العاملين في تلك الخطوة التشخيصية.

فالعاملون - في كل المستويات الوظيفية في أى منظمة يحتاجون إلى أن يكونوا على علم بالمشكلات التى تواجه منظماتهم، لأن هذا هو المدخل الوحيد لإشراكهم وإعطائهم فرصة البحث عن حلول لتلك المشكلات. ولن نستطيع أن نفعل ذلك إلا من خلال الحوارات المفتوحة والتواصل الجيد بين الإدارة والعاملين، وذلك لخلق حالة من الفهم المشترك. هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى، فإنه من خلال تنمية مهارات العاملين عن طريق التدريب، وبخاصة مهارات التسويق، ومن خلال إشراكهم الفعال في تنفيذ خطوات التغيير، تم التوصل إلى طرق وممارسات جديدة للعمل، وأصبح العاملون قادرين على مواجهة وحل المشكلات، وارتفع مستوى ثقتهم بأنفسهم، وانخفض معدل الغياب.

إن إعطاء الفرصة للعاملين دائماً لأن يعرضوا أفكاراً جديدة، وأن يجربوا تلك الأفكار، وأن يبحثوا دائماً عن حلول لما يقابلهم من مشكلات هو الركن الأساسى لتشكيل ووجود اتجاهات إيجابية نحو التغيير لدى هؤلاء العاملين، وهو الذى يخلق فى المنظمة مناخاً عاماً يغلب عليه التفتح والترحيب والمساندة لكل الأفكار الجديدة، وبالتالي يكون مناخاً ملائماً ومستعداً لأي مبادرة عملية تغيير وتنفيذها بسلاسة وسرعة.

إن أهم ما نلفت النظر إليه أن إدراك وفهم العاملين لمشكلات المنظمة، واشتراكهم فى مواجهتها وحلها، ليس كل شيء فى عملية التغيير، ولا يؤدي - وحده - إلى تنفيذ تغيير ناجح، بل من الضروري انخراط الإدارة العليا للمنظمة فى تلك العملية. فإذا كان تشخيص واقع المنظمة بكل ما يمكن أن يحويه من مشاكل وصعوبات، يؤدي إلى خلق حالة من الخوف والقلق والتشكك لدى العاملين، فإن تلك الحالة تظل قائمة ولا تنخفض، إلا إذا أدرك هؤلاء العاملون أن هناك رغبة حقيقية فى الإصلاح، واتجاه إيجابى نحو التغيير لدى أصحاب القرار فى المنظمة فى الإدارة العليا. فعندما يُبدى المديرون عزمهم وتصميمهم على التغيير وتكون لديهم أفكار جديدة عن ذلك، فإن تنفيذ التغيير يكون أسهل ويكون القلق المصاحب له أقل، وكذلك تكون مقاومته أو معارضته فى أدنى مستوياتها.

ولكن ماذا لو كانت هناك مقاومة للتغيير، خاصة إذا كانت تلك المقاومة من مجموعة مهمة ومؤثرة فى المنظمة؟

الواقع أن التعامل مع هذه المشكلة يتوقف على طبيعة تلك المجموعة المقاومة للتغيير، ومدى قوتها، وأسباب ومبررات اعتراضها. والمبدأ الأساسى الذى يجب

أن يحكم تعاملنا مع المقاومين للتغيير هو الإقناع، ولا يجب أبداً أن نجبرهم على الاشتراك في التغيير رغماً عنهم، لأن ذلك لن يكون في صالح عملية التغيير برمتها. والخبرة تقول إن غالبية المعارضين أو المقاومين للتغيير، يغيرون موقفهم إذا نجحنا أن نوضح لهم بمشاهد ونتائج واقعية الآثار الإيجابية للتغيير وما يمكن أن يعود عليهم من نفع إذا تم التغيير بنجاح.

ويبقى أن نشير إلى أن معظم التغييرات، وبخاصة الكبرى، تتضمن تعلماً. فنحن إذاً يمكننا من تشخيص واقع المنظمة بصراحة ووضوح، وإذا تمكنا من خلق وتكوين اتجاهات إيجابية وبناءة حيال التغيير، فإننا بذلك نكون قد قمنا بالكثير من عمليات التعلم للعاملين في المنظمة. فإشراك العاملين في تشخيص واقع منظماتهم يعلمهم الكثير، بحيث يصبحون أكثر فهماً لطبيعة المشكلات الموجودة وكيفية حلها. كما أن تكوين اتجاهات إيجابية للتغيير لديهم، يعنى أنهم تعلموا الكثير، بحيث أصبحوا "يفهمون" أهمية التغيير وضرورته، "ويشعرون" بمزيد من الحماسة والالتزام بهذا التغيير.

ومعنى ذلك أن الإدارة الجيدة لأى عملية تغيير لا يجب أن تركز على عملية التغيير في حد ذاتها، بل على التغيير والتعلم معاً، مراعية لما يلي:

- 1- يحدث التعلم عندما نحاول أن نستكشف واقع المنظمة بكل ما يتضمنه من مشاكل وتناقضات. ويكون في أعلى مستوياته في مرحلة سعى المنظمة لتحسين جودة ما تقدمه من منتج أو خدمة.
- 2- ينهض التعلم على كل من الخبرات الشخصية والتجريب. فالعاملون لا يتعلمون إلا إذا "فهموا" المشكلات التي توجد في منظماتهم، وتم إشراكهم جدياً في عمليات البحث عن حلول لها.
- 3- التعلم قابل للتنمية والزيادة. وذلك إذ توفر المناخ الذي يشجع على المبادأة والمخاطرة وتجريب الأفكار الجديدة.
- 4- يتطلب التعلم ضرورة إعطاء الأفراد الفرص التي تسمح لهم بالتعبير الآمن عن معتقداتهم وآرائهم. فالقمع والخوف أهم أعداء التعلم، والتعبير الحر عن المعتقدات والآراء هو الأسلوب الوحيد لتوليد الأفكار الجيدة، فالخائف لا يتعلم.
- 5- يمكن تشجيع التعلم ومساندته عندما تظهر للعاملين احترامنا وتقديرنا لهم ولما يقدمونه من أفكار، أى عندما يدرك العاملون أنهم محل اعتبار واهتمام إدارة المنظمة، وأنها تقدرهم ولا تستخف بهم.

وباهتمام إدارة المنظمة - التي نعرض لحالتها - بكل من التغيير والتعلم معا، معتمدة على الاستراتيجية السابق عرضها في الجدول السابق رقم (16-4)، فإنه بعد أقل من ثلاث سنوات، كانت المنظمة كيانا مختلفا عما كانت عليه قبل التغيير والتعلم. فقد شهدت تحسنا كبيرا في هيكلها التنظيمي، وأدخلت - لأول مرة في تاريخها - نظام ضبط الجودة، وأصبحت خطوات تنفيذ العمل أقل وأكثر مرونة، ونجحت المنظمة في إنتاج منتجات جديدة مسابقة وملائمة للسوق، وتحظى بثقة العملاء.

سادسا: الأساليب والأدوات والمهارات المستخدمة في التطبيق
يبين الجدول التالي رقم (16-5) الأساليب والمهارات التي تستخدم في عملية إدارة التغيير التنظيمي طبقا لنموذج كارنال التطبيقي:

جدول رقم (16-5)

نموذج كارنال التطبيقي لإدارة التغيير التنظيمي

النشاط	الأسلوب
1- تقدير الفاعلية التنظيمية	أ - التحليل الوظيفي المشترك ب- استبيان التشخيص التنظيمي ج- تحليل التقدم والتحسين التنظيمي
2- إجراءات تطبيق التغيير	أ - ميسرات إجراء التغيير ومعوقاته 1- الاستعداد للتغيير 2- إدارة التغيير ب- طرق إجراء التغيير 1- الاستعداد للتغيير 2- إدارة التغيير
3- مهارات إدارة التغيير	أ - أهمية المهارة ب- الممارسة الفعلية للمهارة
4- استراتيجية إدارة التغيير	أ - قائمتا المشكلات الخاصة بالتخطيط للتغيير وتنفيذه ب- مراحل استراتيجية إدارة التغيير

(1) تقدير الفاعلية التنظيمية

يتم إجراء تحليل داخلي مفصل للمنظمة نحدد عن طريقه ملامح القوة ونقاط الضعف فيها، وتحديد الدقيق لقدرات المنظمة ومصادرها المادية والبشرية، وكيفية توظيفها واستخدامها بكفاءة صورة ممكنة، وكذلك مدى استعداد المنظمة وتهيئتها لقبول التغيير وتفعيله، والتوافق مع الضغوط البيئية الخارجية. ويتم ذلك بأسلوب يتكون من ثلاثة عناصر هي: التحليل الوظيفي، والتشخيص التنظيمي، وتحليل التقدم والتحسين التنظيمي. وهو ما نعرض له بالتفصيل.

أ - التحليل الوظيفي المشترك

يتم هنا التركيز على تناول وتحليل العناصر الوظيفية الأساسية في المنظمة، وهي - على وجه التحديد - خمسة عناصر أساسية تشمل: البشر (العاملون) والتسويق، والأمور المالية، والعمليات / الخدمات، والنمو الاقتصادي. ويتم تحليل كل عنصر من تلك العناصر الخمسة على حده، وتحديد العوامل أو المتغيرات المرتبطة به أو المؤثرة فيه بشكل كمي، كما نقوم بكتابة ملاحظتنا عن تقديرنا لتأثير كل عامل أو متغير على العنصر المعين من العناصر الخمسة.

ويتم إجراء ذلك بالاعتماد على النموذج الذي سنعرضه في الجدول التالي رقم (16-6)، الذي يوضح العناصر الخمسة، والعوامل المرتبطة بكل منها، ودرجة تقييمنا لكل عامل من تلك العوامل من حيث علاقته وأثره في العنصر المعين، وملاحظتنا أو تعليقنا على هذا التقييم. ولإيضاح فإن العامل (1-1) يختص بالعلاقة بين الموظفين (البشر أي العنصر رقم 1) ونظام الأجور في المنظمة. فإذا تبين أن نصف الموظفين غير راضين عن أجورهم، ويرون أنه لا علاقة واضحة ومستقرة بين الأداء ومستوى الأجور، فإننا نستنتج من ذلك أن نظام الأجور ليس ملائماً، ويمكننا تقدير ذلك كمياً بقيمة 50٪، ثم نكتب ملاحظتنا وتعليقنا على هذه النتيجة والأسباب التي ربما تكون مسئولة عن هذا الوضع.

جدول رقم (6-16)

العناصر الخمسة للتحليل الوظيفي

العنصر الوظيفي رقم (1) البشر (العاملون)

العوامل	درجة التقدير	ملاحظات وتعليقات
1-1 نظام الأجور		
2-1 نظام الترقيات		
3-1 التدريب والنمو		
4-1 أساليب تقييم أداء العاملين		
5-1 مهارات وخبرات العاملين		
6-1 سياسة المنظمة فيما يتعلق بالاختيار والتعيين		
7-1 علاقات المنظمة بمنظمات أخرى لها وجود أو مندوبين داخلها		
8-1 مدى ما يتلقاه العاملون من دعم وتحفيز ليؤدوا أحسن ما عندهم		
9-1 مدى توافر المعلومات الملائمة التي تساعد الموظفين على حسن الأداء		
10-1 كفاءة توظيف الإمكانيات البشرية من حالات الطوارئ أو لتنفيذ قرارات استراتيجية		
المتوسط		

تابع جدول رقم (6-16)

العنصر الوظيفي رقم (2) : الأمور المالية

العوامل	درجة التقدير	ملاحظات وتعليقات
1-2 كفاءة إعداد الموازنة العامة للمنظمة.		
2-2 مدى إشراك كبار العاملين في إعداد تلك الميزانية.		
3-2 مدى الاتساق بين ميزانيات الوحدات أو الأقسام وميزانية المنظمة ككل.		

نموذج كولن كارنال لإدارة التغيير التنظيمي

العوامل	درجة التقدير	ملاحظات وتعليقات
4-2 مدى الاتساق بين الموازنة والخطط الاستراتيجية المراد تحقيقها.		
5-2 كفاءة أو فاعلية الضبط الإداري.		
6-2 استخدام المديرين لمعلومات الإدارة.		
7-2 كفاءة المديرين في حل المشكلات وتصويب الأخطاء.		
8-2 الاعتماد على معلومات الإدارة لتحسين وزيادة كفاءة أداء المنظمة.		
المتوسط		

تابع جدول رقم (6-16)

العنصر الوظيفي رقم (3) : التسويق

العوامل	درجة التقدير	ملاحظات وتعليقات
1-3 إسهام كل وحدة إنتاج أو وحدة خدمية في مبيعات وأرباح المنظمة ككل.		
2-3 الوضع السوقي للمنتج أو الخدمة التي تقدمها المنظمة (حجم نصيبها أو حصتها في السوق، ومدى قابلية تلك الحصة للزيادة).		
3-3 القدرة التنافسية للمنظمة في كل من السعر والجودة والخدمة والتوصيل للعميل.		
4-3 مدى كفاءة المعرفة بالمنافسين (معرفة كل شيء عن من ينافسون في السوق).		
5-3 اعتماد المنظمة على الدراسة العلمية للسوق والاستفادة بنتائج ذلك في زيادة إنتاجها.		
المتوسط		

تابع جدول رقم (16-6)

العنصر الوظيفي رقم (4) : العمليات / الخدمات

العوامل	درجة التقدير	ملاحظات وتعليقات
1-4 التعاون بين قسمي التسويق والعمليات / الخدمات (العمليات الخدمية) في المنظمة.		
2-4 إلى أي مدى تعتبر المعلومات الواردة من الأقسام المختلفة في المنظمة (قسم التسويق وقسم الشؤون المالية...الخ) مفيدة ونافعة لزيادة كفاءة الإدارة.		
3-4 وعى الإدارة بما يمكن أن يحدث مستقبلاً وعلى الأمد الطويل في كل من التكاليف والإنتاج والموارد والجانب التكنولوجي.		
4-4 مدى قدرة الإدارة على ضبط المصروفات.		
5-4 مستوى كفاءة عمليات الجرد (للمواد الخام وللبضائع المتبقية) وعلاقة ذلك بالدخل أو المبيعات النقدية.		
6-4 كفاءة وعمر وحالة الأدوات والمعدات والتجهيزات، أي كفاءة عمليات الإحلال والتجديد.		
7-4 المرونة في استخدام التجهيزات والمعدات المتاحة.		
8-4 مرونة فريق العمل أو الموظفين.		
9-4 حجم ومستوى الاستثمارات.		
10-4 مدى فاعلية العمليات / أو التخطيط.		
المتوسط		

تابع جدول رقم (16-6)

العنصر الوظيفي رقم (5) : النمو الاقتصادي

العوامل	درجة التقدير	ملاحظات وتعليقات
1-5 حجم الاستثمارات المخصصة للنمو التجاري (التوسع)		
2-5 قدرة المنظمة على الاستجابة السريعة لتحولات السوق وضغوط المنافسين.		
3-5 قدرة المنظمة على إنتاج منتجات أو تقديم خدمات جديدة.		
4-5 قدرة المنظمة على الملاحقة وإتاحة فرص دائمة ومستمرة لتطوير نفسها. وتحسين ما تقدمه من إنتاج أو خدمات.		
5-5 التنافس المتكامل في النمو الحادث في أقسام المنظمة المختلفة (هل النمو يسير في كل الأقسام معا وبشكل متكامل، أم في قسم على حساب قسم آخر).		
6-5 قدرة المنظمة وكفاءتها على التعامل مع مؤسسات ومصادر خارجية أخرى (مثل الجامعات، ومراكز الاستشارات، وتجارة مشتركة مع منظمات أخرى...الخ) بحيث يؤدي ذلك إلى نموها اقتصاديا.		
المتوسط		

إجراء التحليل

لديك الآن متوسط الدرجة لكل عنصر من تلك العناصر الخمسة للتحليل الوظيفي للمنظمة. ولعمل التحليل يتم طرح هذا المتوسط من درجة كل فرد من أفراد العينة (العاملين في المنظمة المراد تحليلها). وإذا كان ناتج الطرح سلبياً دل ذلك على الضعف أو عدم الملاءمة، أما إذا كان إيجابياً دل على أن هذا العنصر يمثل جانب قوة في تلك المنظمة، وبالتالي يمكننا تحديد مواضع القوة والضعف في كل عنصر من تلك العناصر الخمسة. ويعتبر العنصر المعين في المنظمة ملائماً وجيداً إذا كان درجته 65% فأعلى. أما إذا حصل على أقل من 65%، فيعتبر ضعيفاً وفي حاجة إلى التدخل السريع.

مثال تطبيقي

يوضح الجدول التالي التحليل الوظيفي للعنصر الأول البشر (العاملين)، وذلك بناء على تقييمات 40 مديرا في إحدى المنظمات المالية، تم تطبيق الاستبيان السابق عليهم عن طريق المقابلة. وهذا العنصر - كما أوضحناه - يتم تحليله من خلال عشرة عوامل طبقا للجدول التالي رقم (7-16).

جدول (7-16)

التحليل الوظيفي للعنصر الأول (العاملين)

العنصر	المتوسط	تقدير المديرين المتوسط	ملاحظات وتعليقات
1-1	40%	12.5% -	لا توجد حوافز ملائمة والأجر الأساسي قليل، وجدول حوافز المديرين ثابت وجامد وغير محفز على الإنجاز.
2-1	60%	7.5%	ملائم للمتدربين من خريجي الجامعات، ولكنه أقل ملائمة للعاملين الجدد. وبشكل عام، فإن نظام الترقيات مقبول وجيد.
3-1	50%	2.5% -	التدريب على مهارات بعيدة عن المهام المباشرة للوظيفة ممتاز، وإن كان غير منتظم. أما التدريب على نظم البنوك، فهو ضعيف.
4-1	75%	22.5%	أساليب تقييم أداءات الأفراد جيدة وملائمة.
5-1	80%	27.5%	ممتاز، ولكنه لا يستخدم بالكامل أو بكامل طاقته.
6-1	65%	12.5%	جيد.
7-1	55%	2.5%	جيد.
8-1	35%	17.5% -	تشجيع الأفراد وحفزهم ليكونوا "بائعين جيدين" ويعرفوا "ثقافة البيع" ضعيف، ومندوب المبيعات يمثلون مشكلة كبرى.
9-1	30%	22.5% -	البيانات كثير، والمعلومات المفيدة قليلة.
10-1	20%	32.5% -	المستويات الإدارية العليا معزولة ومنفصلة عن موظفيهم، ولا توجد صلات قوية بينهم.
المتوسط = 52.5%			

وبناء على التحليل السابق يمكننا أن نخرج بقائمتين لمواطن القوة وجوانب الضعف في تلك المنظمة، المتعلقين بالعنصر الوظيفي الأول (البشر) وذلك كما يلي:

جدول رقم (8-16)

مواطن القوة والضعف فيما يتعلق بالعنصر الأول (البشر)

جوانب القوة	جوانب الضعف
1- المسار الوظيفي (التقدم)	1- نظام الأجور
2- أسلوب تقييم الأداء	2- التدريب
3- مهارات وخبرات فريق العمل	3- الدافعية
4- أسلوب الاختيار والتعيين	4- المعلومات
5- علاقة المنظمة بمنظمات إنتاج أخرى	5- التخطيط

ولما كانت درجة المتوسط على هذا العنصر أقل من 65٪، فإن ذلك يعنى ضرورة التدخل لإجراء التغيير لتطوير ورفع مستوى هذا العنصر. ويتم القيام بنفس هذا الإجراء مع العناصر الأربعة الأخرى للتحليل التنظيمي، وتقييم كل منها للوقوف على جوانب القوة والضعف فيها.

أ - استبيان التشخيص التنظيمي

الأسلوب الثانى المستخدم لتقدير الفاعلية التنظيمية هو التشخيص التنظيمي، والذي يتم من خلال تطبيق الاستخبار التالى على العاملين فى المنظمة المراد تحليل فاعليتها التنظيمية.

التعليقات: وضعت هذه البنود بهدف مساعدتك على تحديد كيفية النهوض بأداء منظمته فى أقسامها المختلفة. والمطلوب منك فى هذا الاستبيان توضيح مدى موافقتك أو عدم موافقتك على مضمون كل عبارة من العبارات التالية بوضع علامة (✓) فى مقابل البديل الذى تختاره. اختر ما يعبر عن رأيك بصدق، فهذا ليس امتحاناً، وليس هناك اختيارات صحيحة أو خاطئة، ولكن المهم هو الدقة فى اختيار البديل الذى يعبر عن رأيك.

م	البند	ينطبق تماماً	ينطبق	محايد	لاينطبق	لاينطبق تماماً
1	أهداف المنظمة واضحة ومفهومة بالنسبة لي					
2	تنظيم العمل هنا ملائم وفعال					
3	يستمتع مديري عادة إلى ما أعرضه عليه من آراء وأفكار					
4	أجد التشجيع اللازم لأداء عملي بأفضل ما يمكن					
5	رئيسي المباشر لديه أفكار مفيدة لي ولفريق العمل الذي أعمل معه					
6	رئيسي المباشر يدعمني ويساعدني في عملي					
7	تحرص المنظمة على تطوير سياستها وأدائها لتتلاءم مع ما يطرأ من مستجدات					
8	نحن نحقق عادة ما نضعه من أهداف					
9	أهداف المنظمة التي نسعى لتحقيقها واضحة بالدرجة الكافية					
10	مهام الأفراد وأدوارهم وحدود سلطتهم تتسم بالمرونة					
11	إذا واجهتني مشكلة خاصة بالعمل، فإنني أستطيع أن أتحدث فيها مع زميل آخر.					
12	الأجر الذي أتقاضاه مناسب للعمل الذي أقوم به					
13	لدى كل المعلومات الضرورية التي أحتاجها لكي أقوم بعمل على خير وجه					
14	أسلوب الإدارة الذي تمارسه السلطات الإدارية العليا للمنظمة ملائم ومفيد وفعال					
15	نحن نعيد النظر - بانتظام - في أدواتنا وأساليب عملنا، بهدف إدخال التحسينات عليها أولاً بأول					

نموذج كولن كارنال لإدارة التغيير التنظيمي

م	البند	ينطبق تماما	ينطبق	محايد	لاينطبق	لاينطبق تماما
16	نحقق أهدافنا المأمولة، ونصل إلى نتائجنا المأمولة، لأن العاملين مؤمنين بذلك، ويسعون دائما إلى تحقيقه					
17	العمل الذي أقوم به يرفع من معنوياتي ويزيد دافعيته					
18	تقسيم العمل وتوزيع المهام واضح ومناسب					
19	علاقاتي بزملاء العمل جيدة					
20	هناك فرص للترقى والتقدم الوظيفي في تلك المنظمة					
21	أهداف تلك المنظمة وخططها تتسم بالواقعية					
22	رئيسي في العمل يتابعني ويراجع أعمالي بانتظام					
23	حدود مهامي ليست صارمة، ويمكنني في بعض الأحيان الخروج عنها أو غير ما أقوم به من مهام					
24	العاملون في المنظمة على درجة كافية من الوعي ويسعون باستمرار للاستفادة من كل الإمكانيات المتاحة					
25	أولويات وأهداف المنظمة مفهومة وواضحة للعاملين					
26	هناك سعي دائم لإيجاد أساليب وطرق لتحسين الأداء والعمل في المنظمة					
27	نحن نتعاون بشكل ملائم بهدف إنجاز ما نقوم به من أعمال					
28	هناك تشجيع واعتراف لكل الأعمال والمهام، أو لكل أقسام تلك المنظمة					

إدارة التغيير التنظيمي

م	البند	ينطبق تماما	ينطبق	محايد	لاينطبق	لاينطبق تماما
29	تعمل أقسام المنظمة المختلفة وتتعاون معا بشكل ملائم بهدف تحسين الأداء العام للمنظمة					
30	تتم إدارة المنظمة بأسلوب قيادة فعال وكفاء					
31	المنظمة لديها القدرات وإمكانيات التغيير ليست جامدة					
32	العمل الذي أقوم به هو دائما ضروري ومهم					
33	الأهداف واضحة في القسم الذي أعمل به، وكل فرد يعرف مهامه وحدود دوره بالضبط					
34	تقسيم العمل في المنظمة على درجة من الوضوح والتنظيم بحيث يجعلني أشعر بالرضا					
35	عند حدوث خلاف في وجهات النظر، فإنه يتم حله بأساليب وطرق مقبولة ومقنعة					
36	يتم تقييم أداء الأفراد بمعايير موضوعية ومقبولة					
37	الأقسام الأخرى في المنظمة تفيد وتتعاون وتساعد قسمي عند الضرورة					
38	أسلوب إدارة رؤسائي مناسب ويساعدني في أداء عملي					
39	المنظمة تشجع العاملين فيها على الابتكار والإبداع وروح المبادرة					
40	العاملون حريصون دائما على أداء أعمالهم بأحسن ما يمكن					

إجراء التحليل

بعد تطبيق الاستبيان على العاملين، أحسب متوسط الدرجة على كل بند من بنوده، ثم تعامل مع الموقف وفق القواعد الثلاث التالية:

1- أى بند أجاب عليه أكثر من 50% من العاملين بالدرجة 2 أو أقل يعتبر جانباً إيجابياً أو منطقة قوة في المنظمة.

2- أى بند أجاب عليه أكثر من 50% من العاملين بالدرجة 3 يعتبر منطقة "ضعف كامن ومحتمل".

3- أى بند أجاب عليه 30% أو أكثر من العاملين بالدرجة 4 أو أكثر يعتبر نقطة ضعف واضحة في المنظمة، ولا يجب تجاهلها، ومن ثم الإسراع إليه بالتغيير.

وتشير نتائج البحوث المسحية إلى أن عدم رضا 10-15% من العاملين عن جانب معين في منظماتهم لا يعتبر مشكلة حادة تستلزم التدخل السريع، بل تعتبر مشكلة "ضعف كامن أو محتمل"، ولكن إذا كان هؤلاء الـ 10-15% من العاملين قد اختاروا البديل 4 فما فوق، فلا يجب تجاهل ذلك، وبالتالي يجب الإسراع بالتدخل.

وبعد القيام بهذا التحليل يتوفر لدينا ثلاث قوائم محددة هي:

أ - مناطق القوة في المنظمة.

ب- مواطن الضعف الكامن أو المحتمل.

ج- مناطق الضعف الواضح أو الشديد.

مثال تطبيقي

تبين في المنظمة المالية المشار إليها عند عرض الأسلوب السابق، وبعد تطبيق هذا الاستبيان، وجود عشرة جوانب (بنود) تمثل مناطق ضعف كامنة أو محتملة (وذلك بناء على تطبيق القاعدتين 2، 3 السابق الإشارة إليهما) وهى البنود أرقام: 4، 12، 18، 21، 28، 30، 32، 34، 35، 38، بالإضافة إلى منطقتين (بندين) يمثلان منطقتي ضعف واضح (بناء على تطبيق القاعدة رقم 2) هما البنودان 13، 17.

والواقع أن تلك النتائج تتفق وتدعم نتائج الأسلوب الأول (التحليل الوظيفي الذى عرضنا له سابقاً) الذى أجرى لتلك المنظمة. ومن الواضح من كلا التحليلين أن أسلوب الإدارة وتنظيم العمل هما مكمّن مشكلات تلك المنظمة. فاستجابات العاملين على البنود 4، 28، 30، 35، 38 تشير إلى أنهم لا يتلقون التشجيع والإعتراف والمساعدة الكافية، ولا يشعرون بالرضا عن أسلوب القيادة واتخاذ

القرارات. وكذلك، فإن الإجابات على البنود 21، 13 تشير إلى أنهم غير راضين عن خطط وسياسات المنظمة، ويرون أنها غير واقعية وغير ملائمة، وأنهم لا يحصلون على المعلومات الكافية واللازمة لأداء أعمالهم بشكل جيد. وكل هذا هو ما تم أخذه في الاعتبار عندما تم الشروع في إجراء تغيير في تلك المنظمة.

ج- تحليل التقدم والتحسين التنظيمي

يستخدم هذا الأسلوب ليساعدنا على إيجاد الطرق والوسائل التي يمكن أن نستخدمها في التعامل مع نقاط الضعف التي تم تحديدها سابقا. ويتم ذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الاستبيان التالي:

- 1- ما الأشياء الجيدة، والتي تعتبرها نقاط قوة في القسم الذي تعمل فيه؟
- 2- ما الأشياء التي ترى أنها يجب أن تخضع للتحسين والإصلاح في القسم الذي تعمل فيه؟
- 3- هل تقترح وسائل عملية يمكن من خلالها تحسين أداء القسم الذي تعمل فيه؟ وما هي؟
- 4- كيف يمكن للقسم الذي تعمل فيه أن يحسن من نوعية إنتاجه أو خدماته التي يقدمها لعملاء المنظمة؟
- 5- هل تعتقد أن المعلومات المتاحة لك واللازمة لقيامك بعملك على خير وجه كافية وملائمة؟
- أختر أحد البدائل: نعم في معظم الوقت - في بعض الوقت لا.
- 6- كيف يمكن أن تطور كم ونوعية المعلومات التي يجب أن تكون متاحة لك؟

إجراء التحليل

يتم الربط أو الجمع بين نتائج الأساليب الثلاثة - التحليل الوظيفي، والتشخيص التنظيمي، وتحليل التحسين التنظيمي، ووضعها في الصورة التالية التي تتضمن تسعة مكونات.

- من التحليل الوظيفي

نقاط القوة: 1-

2-

3-

4-

5-

- من التشخيص التنظيمي
 - 1 نقاط القوة:
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
- من تحليل التقدم والتحسين
 - 1 نقاط القوة (من الإجابات عن السؤال الأول):
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
- من تحليل التقدم والتحسين
 - 1 المعوقات (من الإجابات عن السؤال الثاني)
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
- من التحليل الوظيفي
 - 1 الجوانب الأولى بالاهتمام والتغيير (أولويات التغيير)
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
- من التحليل الوظيفي
 - 1 نقاط الضعف:
 - 2

-3

-4

-5

- من التشخيص الوظيفي
مناطق الضعف الكامن أو المحتمل

-1

-2

-3

-4

-5

- من التشخيص التنظيمي
مناطق الضعف الواضحة أو الشديدة

-1

-2

-3

-4

-5

- من تحليل التقدم والتحسين (الأسئلة: 3، 4، 6):
الخطوات العملية اللازمة للتقدم والتحسين

-1

-2

-3

-4

-5

تحليل نهائي

بعد ذلك حدد وقيم كيف يمكن الاستفادة من، واستخدام الأفكار التي تم اقتراحها للتطوير، في مواجهة المشكلات التي تم تحديدها باعتبارها نقاط ضعف في المنظمة. ويجب التركيز بشكل خاص على كيفية الاستعانة بما هو قائم وموجود بالفعل من إيجابيات (مواطن قوة) للتغلب على ما هو موجود من سلبيات (مواطن ضعف).

وأخيراً ضع قائمة محددة وواضحة بالخطوات العملية أو الإجرائية التي يجب اتخاذها.

مثال تطبيقي

في المنظمة المالية السابق الإشارة إليها كانت قائمة المشكلات التي تمثل أهم معوقات التقدم، سواء من وجهة نظر المديرين أو الموظفين هي:

1- التسهيلات: التي تقدم لعملاء المنظمة. فالخدمات المقدمة غير ملائمة، ونظم الحاسب الآلي المستخدمة في ذلك غير مناسبة أيضاً.

2- التدريب: لا يوجد تدريب ملائم على أنظمة عمل البنوك، وبالتالي نقص خبرة العاملين في هذا الميدان.

3- ضغوط العمل: عدد العاملين أقل مما يجب، وهو ما يعنى ضغط عمل أكبر.

4- إدارة غير فعالة: القيادة غير جيدة، وسوء تنظيم العمل، والسلطات مركزية.

5- المعلومات: هناك أوراق وبيانات كثيرة ومعلومات مفيدة قليلة.

أما نقاط القوة سواء من وجهة نظر المديرين أو الموظفين فهي:

أ - ولاء وإخلاص وخبرة العاملين.

ب- روح الفريق، وبخاصة في الأقسام ومجموعات العمل صغيرة العدد.

ج- حجم الإنتاج.

د- الإدارة بأسلوب الفريق.

هـ- نسق إدارى مفتوح ومرن.

و- وجود عملاء أو زبائن للمنظمة بشكل كاف وملائم.

ز- نمو وازدهار الاقتصاد المحلي.

وهنا يكون التفكير في محاولة للإجابة عن السؤال الآتي: هل يمكن الاستعانة بأى من نقاط القوة هذه في التغلب على ما توجد من مشكلات؟ فعلى سبيل المثال، فإن وجود عملاء أو زبائن للمنظمة في مناخ يشهد نمواً اقتصادياً يعطينا مؤشراً بأن هناك خلفية مساندة تسمح بإجراء التغيير. كذلك فكون كل العاملين من الأوفياء المخلصين للمنظمة، والكثير منهم لديه الخبرة الملائمة، فإننا يمكن أن نستفيد من ذلك في زيادة خبرات الموظفين الأصغر الذين لم يحصلوا على التدريب الملائم. ويمكن أيضاً إعطاء الموظفين الصغار تفويضات أكبر وحرية أكثر، وبخاصة في الأشياء ذات الطابع الروتيني التي كان رؤسائهم يقومون بها. وكذلك لا معنى لأن يتلقى المديرون كل المكاتبات والأوراق والتعليمات... الخ، حيث يجب توزيعها

بشكل آخر منظم لتخفيف الضغوط والأعباء. وكذلك يجب أن يلتقى المدبرون فى المستويات الوظيفية المختلفة ببعضهم البعض دوريا مرة كل أسبوعين. فذلك من شأنه أن يحسن من أسلوب الإدارة، لأنه يسمح بحل المشكلات الصغرى أو النوعية أولاً بأول. أما الصعوبات العامة أو الدائمة، فيتم التعامل معها بأسلوب " ورش العمل أو مجموعات التدريب".

وبذلك نكون قد تعرفنا على المرحلة الأولى من مراحل إدارة التغيير فى تصور "كارنال" (Carnall, 1995)، وهى المرحلة التى تم فيها تقدير الفاعلية التنظيمية من خلال ثلاث خطوات هى التحليل الوظيفى المشترك، والتشخيص التنظيمى، وتحليل التقدم والتحسين التنظيمى. فقد تم من خلال ذلك الوقوف على جوانب القوة والضعف فى المنظمة بشكل منظم ودقيق وموضوعى ييسر الاستفادة المثلئ. فقد تم تحديد جوانب الضعف أو المناطق التى تحتاج إلى تغيير وأولويات تلك الجوانب التى يجب البدء بها. هذا فى مقابل الاستفادة من جوانب القوة فى مواجهة المعوقات أو جوانب القصور والضعف. وبذلك نكون قد مهدنا للبدء فعليا فى إجراءات التغيير، وذلك بالشكل الذى نعرض فى الجزء التالى.

(2) إجراءات تطبيق التغيير التنظيمى

وتشمل تلك الإجراءات تقديم استبيانين أساسيين (الأول من 15 بنداً، والثانى من 18 بنداً) تم تصميمهما لتحديد أى جوانب تلك المنظمة يمكن أن تساعد فى إجراءات التغيير وتيسره، وأيهما يمكن أن تعوق ذلك.

أ - ميسرات ومعوقات إجراء التغيير التنظيمى
التعليمات

من فضلك أجب عن الاستبيانين التالىين مركزا على التغيير التنظيمى الأساسى الذى شاركت أو تشارك فيه الآن. وقبل الإجابة عن أسئلة الاستبيانين أكتب بالتفصيل ما تراه فى إجابتك عن الأسئلة الأربعة التالية:

1- ما أهداف التغيير؟

2- ما مدى وطبيعة هذا التغيير (إعادة هيكلة - منتج جديد - استخدام تكنولوجيا جديدة...الخ)؟

3- من الذي يتأثر بهذا التغيير وكيف؟

4- ما الجدول الزمني للتغيير؟

1- القائمة الأولى: الاستعداد للتغيير

اقرأ كل جملة مما يأتي بعناية، واختر البديل الملائم لها (من وجهة نظرك) من البدائل الأربعة الخاصة بها:

الجملة	1	2	3	4
آخر سياسات ونظم إدارية تم إدخالها والاستعانة بها	كانت ملائمة لاحتياجات العاملين ومتطلباتهم	لم تكن واضحة أو مفهومة بالقدر الكافي	تم قبولها ولكن مع بعض الرفض أو المقاومة	رفضت وقومت بشدة
العاملون في تلك المنظمة	مبدعون	مستقلون	خاملون ويميلون إلى البلادة والجمود	محافظون ويقاومون التغيير
آخر عملية تغيير كبرى تمت في المنظمة تم اعتبارها	ناجحة	ناجحة بدرجة بسيطة	لا أثر لها	غير ناجحة

الجملة	1	2	3	4
التوقعات هي أن التغيير يمكن أن يؤدي إلى	الاستقرار في المنظمة ككل	الاستقرار في مستوى القيادات فقط	حالة من عدم الاستقرار	الأمر غير واضح (لا أعرف)
ما يجب أن يعرفه العاملون عن التغيير الذي يحدث أو سوف يحدث	تفصيل كامل عما يحدث	آثار هذا التغيير على قسمهم أو عملهم فقط	فكرة عامة فقط	لا شيء
نتائج التغيير كانت	محددة تفصيلاً	إطار عام أو فكرة عامة غير مفصلة	محددة بشكل سيء وغير ملائم	غير محددة بالمرّة
لكي نغير ظروف العمل الحالية، فإن ذلك يتطلب	تغييراً كبيراً وقوياً جداً	تغييراً قوياً	قدراً بسيطاً من التغيير	لا تغيير
المشاكل التي تناولها التغيير وكانت موضع الاهتمام نشأت أساساً بسبب	الناس أصحاب الشأن أو ذوى الصلة المباشرة بموضوع المشكلة	قيادات الصف الأول أو القيادات العليا	الرؤساء المباشرين أو القيادات الدنيا	عوامل خارجية يصعب التحكم فيها.
كان يُنظر إلى التغييرات التي تمت على أنها	ستؤثر وتشمل كل جوانب المنظمة بشكل جوهري	مفيدة - عموماً - للمنظمة	مفيدة فقط لجزء أو جانب من المنظمة	ليس أكثر من كونها مجموعة من الإجراءات عديمة الأثر.
دعم ومساندة الإدارة العليا لتلك التغييرات كان	كبيراً ومتحمسين لها جداً	محدوداً	ضعيفاً	غير واضح
الإدارة العليا كانت	مستعدة ومخصصة موارد كبيرة لإجراء هذا التغيير	ترى أن التغيير يجب أن يتم فقط في ضوء ما هو متاح من موارد	حجبت ومنعت مصادر التمويل اللازمة له	لم يخططوا من الأساس ليجهزوا الموارد المطلوبة له.

نموذج كولن كارنال لإدارة التغيير التنظيمي

الجملة	1	2	3	4
تقييم أداء القيادات العليا	يعتبر جانباً مهماً في التطوير الإداري	أسلوب مفيد لحل المشكلات	عملية روتينية	يمثل عائقاً في سبيل التطوير والنمو
التغيير المقترح يتناول ويهتم بالأمور المرتبطة بالخطة التجارية	بشكل مباشر	جزئياً	بشكل غير مباشر	لا يرتبط أو يؤثر فيها
التغيير المقترح	يؤدي إلى زيادة الدخل المادي	يجعل العمل أسهل وأكثر إقناعاً	يستبدل المهارات أو المهام الجديدة بأخرى قديمة	يجعل العمل أصعب
التغيير المقترح يعتبر	مشابه لتغيرات أخرى يتم تنفيذها بالفعل الآن	مشابه لتغيرات أخرى حدثت أو تمت في الماضي القريب	جديد وغير مسبوق	غير واضح

2- القائمة الثانية: إدارة التغيير

اقرأ كل جملة بعناية، واختر البديل الملائم من وجهة نظرك من البدائل الأربعة الخاصة بها.

الجملة	1	2	3	4
خطة إجراءات التغيير تمدها	بأهداف واضحة ومحددة وتفصيلية	بأهداف مقبولة	بأهداف عامة أو غير محددة	لا أهداف لها
الزمن المحتمل الذي يستغرقه برنامج التغيير	كبير	معقول	قليل	غير محدد
المتابعة اليومية لمجريات التغيير يجب أن يتولاها	شخص واحد محدد ومعروف	عدد من الأشخاص	لا يشترط شخص محدد	لست متأكدا

إدارة التغيير التنظيمي

الجملة	1	2	3	4
التغيير يجب أن يبدأ	بقسم أو مجال واحد صغير في المنظمة	في عدد من الأقسام أو الوحدات	في قسم أو وحدة كبيرة	في كل أقسام المنظمة
الخطوة يجب أن تدخل في إطار التنفيذ الفعلي	بسرعة شديدة جدا " بين يوم وليلة"	بسرعة	بالتدريج	على مهل وببطء
الذين تم اختيارهم لتبدأ بهم فعاليات عملية التغيير، تم اختيارهم لأنهم	يتسمون بالمرونة والقدرة على التحمل	أكثر حبا وإخلاصا وارتباطا بالمنظمة	الأكثر حاجة إلى هذا التغيير	لا سبب محدد
التدريب يجب أن يحدث مسبقا بـ	تدريب خارجي	جلسات أو تدريبات تتم في المنزل بالإضافة إلى التدريب الخارجي	الاستخدام اليومي	لا شيء من ذلك
التدريب تم تصميمه بحيث يكون مساعداً على	حل المشكلات التي سوف تنشأ عن وجود نسق عمل جديد بعد حدوث التغيير	زيادة خبرات المتدرب	أن يستفيد منه أكبر عدد ممكن من الموظفين	لا يأخذ في اعتباره أي من ذلك (لا يهتم بمن يخضعون له)
التدريب يجب أن يكون	لأصحاب القرارات أو المؤثرين في العمل	كل الأفراد	لا يجب أن يشمل على الأفراد المؤثرين أو مفاتيح العمل	لا أحد محدد
إجراء التغيير سوف	يساعد الأفراد على التحكم التام والسيطرة الكاملة على ما يقومون به من أعمال	يساعد الأفراد على أداء أعمالهم بصورة أحسن مما هي عليه حالياً	يؤدي إلى أن الأعمال سوف تتم من خلال أنظمة أو وسائل تكنولوجية.	ضبط أداء الأفراد لأعمالهم

4	3	2	1	الجملة
للتحكم فيما يحدث في المنظمة من تغيير.	فقط ليخبرهم بما يحدث.	لمعرفة آرائهم ومقترحاتهم على إجراءات التغيير	لتحسين خطط وأساليب هذا التغيير	يتناقش المديرون مع العاملين في التغييرات التي تتم
حل مشكلات العاملين الناشئة عن وجود نسق عمل جديد	لا حوافز أو تشجيع محدد	الترقيات والاعتراف بالنجاح	الحوافز والمكافآت	فعاليات التغيير يجب أن تنهض على أساس
بعد سنة من انتهاء التغيير	خلال سنة من بدء التغيير	بسرعة	في الحال أو مباشرة	الفوائد والآثار الإيجابية للتغيير يجب أن تحدث
لا توجد إلا فوائد غير مباشرة	واضحة فقط للقيادات العليا	واضحة فقط للمديرين	واضحة وملموسة لمن تم تدريبهم	الفوائد المباشرة للتدريب يجب أن تكون
لا أعرف أو غير واضح	مجرد آراء أو أحكام لفظية كيفية	قابلية للتقييم في شكل تقديرات أو مستويات	قابلية للقياس الكمي	آثار التغيير أو التدريب يجب أن تكون
لا مجهود أو عمل زائد أو شاق	بعض المجهود والعمل	مجهود شديد	بذل مجهود شديد جداً وعمل إضافي شاق وصعب	يحتاج الناس خلال التغيير إلى
لا دعم على الإطلاق	دعماً محدوداً	دعماً جيداً	دعماً ممتازاً	على الإدارة أثناء التدريب أن تمد العاملين أو المتدربين وتمنحهم
لا ضغوط	بعض الضغوط	مستوى متوسط من الضغوط	درجات عالية من الضغوط النفسية	يعاني الأفراد أثناء التدريب لتفعيل التغيير من

وكما هو واضح، فإن الاستبيانين تناولا عددا كبيرا من مشكلات إجراء التغيير. وعلينا بعد ذلك أن نقوم بوضع قائمة محددة تشمل الأساليب والعناصر التي يمكن الاعتماد عليها واستخدامها في حل تلك المشكلات أو التخفيف من وطأتها، ويتم ذلك بأن نحدد الجانب الذي يشغلنا في عملية التغيير. ونعبر عن ذلك في شكل أسئلة محددة، ثم نضع - بدقة وتفصيل - الخطوات العملية الواجب تنفيذها للتغلب على مشكلات كل جانب من تلك الجوانب. وهو ما نوضحه بالتفصيل فيما يلي:

ب- طرق تطبيق التغيير

1- القائمة الأولى: الاستعداد للتغيير

جانب التغيير محل الاهتمام أو الذي يمثل مشكلة نريد حلها	أسئلة محددة تساعدنا في تحديد المشكلات النوعية لهذا الجانب	إجراءات أو خطوات عملية يجب تنفيذها للتغلب على مشكلات هذا الجانب
وجود مقاومة للتغيير أو رفض له	1- هل كانت هناك محاولات تغيير في السابق ولم يكتب لها النجاح؟	1- أجعل المعلومات متاحة، ودع كل شخص يعرف ما تقوم به، وشرح خططك بوضوح، ولا تجعل هناك شيئا غامضا.
	2- هل هناك في التغيير، وما ينشأ عنه ما يتعارض مع الثقافة القائمة؟	2- تأكد أن برنامج التدريب واقعي وامتكامل، وجربه عمليا على حالة واحدة (شخص واحد)، وشرحه للعاملين بحيث يدركونه على أنه مقبول ومفيد ويلبي احتياجاتهم.
	3- هل هناك مشكلات في عملية التواصل	3- جهز له جيدا عن طريق عمل تشخيص كامل لوضع المنظمة واقض وقتا مع كل العاملين في مستوياتهم المختلفة، بحيث تبني معهم علاقة قائمة على الثقة والفهم والتأييد.
		4- أشرك الناس، وذلك بإعطائهم عائد مكتوب عما يتم، وناقش ذلك معهم.
		5- ابدأ بمجموعة صغيرة من العاملين، على أن يكونوا من أقسام مشهود لها بالنجاح، وذلك حتى نضمن نجاح الخطوة الأولى.

جانب التغيير محل الاهتمام أو الذي يمثل مشكلة نريد حلها	أسئلة محددة تساعدنا في تحديد المشكلات النوعية لهذا الجانب	إجراءات أو خطوات عملية يجب تنفيذها للتغلب على مشكلات هذا الجانب
		6- ابدأ بالتغييرات ذات العائد الإيجابي السريع أو التي تؤتي ثمارها بسرعة، وقدم عائدا إيجابيا لهؤلاء الذين ساهموا في هذا النجاح.
توضيح وإبراز التغيير	1- ما توقعات العاملين من التغيير؟	1- ركز على إيضاح فوائد التغيير وآثاره الإيجابية، سواء للمتدربين أنفسهم أو للمنظمة ككل.
	2- ما أهداف التغيير؟	2- أكد على أن النظم الجديدة سوف تنهض على وتستخدم المعارف والمهارات الموجودة الآن بالفعل (لا نبدأ من الصفر).
		3- لا تجعل الأفراد في حالة من الحيرة أو الغموض، بل وضح لهم كل الجواب مركزا على كل من: العائد من التدريب، والمشاكل المحتملة التي يمكن أن تواجهنا خلاله
		4- أوصل الخطط والمعلومات بلغة ومفاهيم بسيطة ومفهومة للمستويات المختلفة من العاملين، واحرص على استخدام أكثر من أسلوب أو قناة توصل،
		وتعرف على العائد دائما، ولا تهمل أو تسفه أو تقلل من شأن الآراء المعارضة، ولكن استمع إليها باهتمام وتعامل معها بوضوح وشفافية وافتح.
لتحديد أصحاب أو ملاك (من لهم حق ملكية) التغيير.	1- من يخطط للتغيير: هل هي الإدارة العليا أم قسم شؤون العاملين؟	1- حدد وأعرف من يريد التغيير ولماذا يريده، وشرح بالتفصيل الفوائد العامة والآثار الإيجابية بعيدة المدى والمحتملة لهذا التغيير.

جانب التغيير محل الاهتمام أو الذي يمثل مشكلة نريد حلها	أسئلة محددة تساعدنا في تحديد المشكلات النوعية لهذا الجانب	إجراءات أو خطوات عملية يجب تنفيذها للتغلب على مشكلات هذا الجانب
	2- هل توجد مشاكل في أى من العمليات الإدارية أو نظم العمل أو الأقسام أو الخدمات التي تقدمها المنظمة؟	2- استكشف وجهات نظر العاملين حيال التغييرات، وتابع ذلك يوميا.
		3- خطط لأن يكون عائد التغيير ملموساً وواضحاً.
التأكد من أن القيادة العليا تدعم التغيير	1- هل الإدارة العليا تدعم التغيير بوضوح؟	1- اجعل الآخرين يدركون أنك الخبير القادر على التعامل الملائم مع المشكلات القائمة، وتفهم آراء ووجهات نظر القيادات العليا، واجعل لنفسك وجوداً أو حضوراً مؤثراً لدى تلك القيادات.
	2- هل الإدارة العليا تقدم الموارد والتسهيلات الضرورية؟	
	3- هل أسلوب تقييم أداء القيادة العليا يمثل عائقاً أمام التغيير (التغيير يتعارض مع مصالحهم).	
خلق حالة من قبول التغيير	1- هل خطط التغيير تتلاءم وتتماشى مع الخطط الأخرى للمنظمة الخاصة بالجانب التجارى أو المالى؟	1- حدد جوانب الاشتراك أو الجوانب ذات الصلة بين التدريب ومستجداته من ناحية، وخطط المنظمة القائمة والموجودة من ناحية أخرى، واجعل بينهما تآلف واتساق. والقاعدة العامة هي: اجعل إطار التغيير متآلف مع النسق العام القائم بالمنظمة.
	2- هل يوجد "حس عام" في المنظمة بضرورة التغيير؟	2- اعتمد على، وأبدأ بأكثر الأفراد ألفة أو لديهم فكرة- ولو بسيطة- عما نقوم به من تغيير.

جانب التغيير محل الاهتمام أو الذي يمثل مشكلة نريد حلها	أسئلة محددة تساعدنا في تحديد المشكلات النوعية لهذا الجانب	إجراءات أو خطوات عملية يجب تنفيذها للتغلب على مشكلات هذا الجانب
	3- هل التغيير المقترح يتطلب مجهودًا وأعباء كبيرة من العاملين؟	3- لا تبالغ في التغيير، وكن واعيا ومدركا للصعوبات والعوامل التي سوف تعترض الطريق.
	4- هل يتضمن التغيير تكنولوجيا جديدة أو متخصصة؟	
تكوين فريق عمل فعال يدير ويقود التغيير على النحو المأمول	1- هل أعضاء الفريق ليسوا بالمرونة الكافية للتعامل مع التغيير وتفعليه؟	1- تأكد أن الفريق يمتلك أهدافا واضحة ومقبولة.
	2- هل مطلوب من المديرين بذل مجهود إضافي أكثر للانخراط في متابعة التغيير؟	2- اجعل كل فرد من فريق العمل يدرك أنه مهم وضروري ومؤثر فيما يحدث، وذلك حتى يوظف ويستخدم كل ما يملك من مهارات وخبرات.
		3- كن مستعدا لمواجهة أى مشكلة أو صراع يمكن أن ينشأ.
		4- دعم حدوث العائد الإيجابي والبناء.

2- القائمة الثانية: إدارة التغيير

جانب التغيير محل الاهتمام أو الذي يمثل مشكلة نريد حلها	أسئلة محددة تساعدنا في تحديد المشكلات النوعية لهذا الجانب	إجراءات أو خطوات عملية يجب تنفيذها للتغلب على مشكلات هذا الجانب
لتوضيح خطط التغيير	1- هل لدينا خطط واضحة تبعا لبرنامج زمني واضح المعالم؟	1- حدد وعين شخصا ليكون مسئولا تماما عن متابعة التغيير، وتأكد من أن المسئوليات واضحة في كل المستويات الوظيفية.
	2- هل الأدوار والمسئوليات واضحة ومحددة؟	2- حدد أهدافك بدقة مراعي قدرة الأفراد على التحمل، وخبراتهم واجعل أهدافك قابلة للقياس الكمي كلما كان ذلك ممكنا.

جانب التغيير محل الاهتمام أو الذي يمثل مشكلة نريد حلها	أسئلة محددة تساعدنا في تحديد المشكلات النوعية لهذا الجانب	إجراءات أو خطوات عملية يجب تنفيذها للتغلب على مشكلات هذا الجانب
	3- هل هذا الجدول الزمني قائم على أسس واقعية؟	3- حدد الأهداف النوعية (الجزئية) وكيفية تحقيقها من خلال خطوات صغيرة واضحة، مع التركيز على المعالم الأساسية التي يستهدفها التدريب.
		4- حول الخطط إلى أفعال أو إجراءات عملية/ واعتمد على الحوافز والمكافآت وتقديم العائد بشكل منتظم.
لإنشاء نظم وممارسات جديدة ف المنظمة	1- ما مدى أو حجم التغيير المقترح؟	1- حدد معدل سرعة التغيير بحرص، مسترشداً بالتعلم من الخبرات ومتطلبات النجاح واتبع أسلوب الخطوات الصغرى والأهداف النوعية أو المحددة، وأسمح بوقت أكثر من المحدد سلفاً.
	2- هل الناس جاهزون مستعدون لقبوله؟	2- حث الأفراد ودعمهم لقبول وتأييد التغيير، وتأكد من أن الإجراءات الجديدة مفهومة ومقبولة.
لتقديم التدريب	1- هل ما نقدمه هو التدريب المناسب والمفيد؟	1- وضح الأهداف من التدريب، واستعن بالمهارات والمعارف الموجودة بالفعل لدى الأفراد، واجعل اقتراحاتهم جزءاً من التدريب.
	2- هل التدريب مرن ويتماشى مع احتياجات الأفراد؟	2- اجعل الأفراد يتعلمون بمعدلاتهم الخاصة، وأعطهم الفرص وهيئ الظروف التي تشعرهم بالمسؤولية، واجعل التدريب ذا علاقة بالعمل.
	3- هل يلقي التدريب دعماً من بيئة العمل؟	3- استخدم أساليب متنوعة للتعلم، واحترم خبرات العاملين، واسمح لهم بحل المشكلات بمساهماتهم الخاصة.
	4- هل من يتلقون التدريب هم بالفعل من يجب تدريبهم؟	4- يجب أن يكون هناك عائد أولاً بأول.

جانب التغيير محل الاهتمام أو الذي يمثل مشكلة نريد حلها	أسئلة محددة تساعدنا في تحديد المشكلات النوعية لهذا الجانب	إجراءات أو خطوات عملية يجب تنفيذها للتغلب على مشكلات هذا الجانب
لخلق الالتزام بالتغيير	1- هل التغيير سيؤدي إلى فرض تحكيمات أو ضوابط جديدة على العاملين، وعلى الأداء وعلى التكاليف... الخ؟	1- خطط للتغيير بحيث يبدو للأفراد أنه سيأتي بالفوائد والنفع، ويزيد من تحكمهم وسيطرتهم على ما يقومون به من أعمال، وبالتالي يزيد أيضاً من مسئولياتهم. وأكد على المنافع السريعة والملموسة، وقدم المكافآت والحوافز لدفع الأفراد نحو التغيير.
	2- هل التغيير سيقبل من حرية التصرف والاختيار لدى الأفراد؟	2- أشرك العاملين واطلب مقترحاتهم خاصة في الأشياء العامة أو الملامح الأساسية.
	3- هل هناك حوافز ومكافآت متضمنة أو تمثل مكوناً في التغيير؟	
لتقديم عائد التدريب لمن يهتمهم الأمر	1- هل نتج عن التدريب فوائد ملموسة أو عيانية؟	1- تأكد أن نتائج التدريب تم توثيقها جيداً، وأنها متاحة، ومن السهل الوصول إليها، وموضوعة جيداً، وتأكد من أن ما تم إنجازه - خاصة في المعالم الأساسية للمنظمة - معترف به.
	2- هل أثر التدريب على التكلفة، الأداء، الناتج، الموارد المستخدمة... الخ تم توثيقها جيداً؟	2- قدم تقديراً واعترافاً بالنجاح لهؤلاء الذين شاركوا في التدريب، وبخاصة أولئك الذين ساهم نجاحهم في تحقيق المنظمة لأهدافها.
للتعامل مع الضغوط التي ربما تنشأ بسبب التغيير	1- هل يتعرض الأفراد لمستويات أو درجات عالية من الضغوط؟	1- خطط بحيث تكون متحكماً في آثار التدريب على العاملين، وابتحث عن طرق التحكم في الضغوط.
	2- هل انخفاض الأداء يرجع إلى الضغوط؟	2- اسمح بوقت أكثر ووسائل أكثر وذلك حينما يكون التغيير المطلوب جديداً أو غير عادي.
	3- هل زاد معدل المشاكل بين العمال؟	3- تعاطف مع، وتواصل، وادعم العاملين، واستمع إليهم.

(3) مهارات إدارة التغيير التنظيمي

لا يمكن تطوير أداء الفرد دون أن نعرف بدقة مدى مهاراته الخاصة بإدارة التغيير. ويتم معرفة ذلك باستخدام استبيان خاص بمهارات إدارة التغيير. وهذا الاستبيان وما يكشف عنه من مهارات هو نتاج لدراسات عديدة أجريت في مجال إدارة التغيير في عدد كبير من الوظائف والمهن وفي منظمات مختلفة. والاستبيان مكون من جزأين: الأول خاص بمدى تقدير الفرد لأهمية المهارة المعينة، والثاني خاص بالأداء الفعلي للفرد أو ممارسته الفعلية لتلك المهارة أو كفاءته في ذلك.

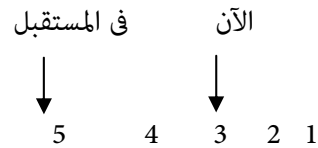
استبيان رقم (1-16)

تقدير الأفراد لمهارات إدارة التغيير

التعليقات:

بالنسبة للجزء الأول يكون المطلوب هو تقدير أهمية كل مهارة من المهارات الآن، ومستقبلاً (في السنوات الخمس التالية مثلاً)، وذلك على متصل يتراوح بين 1 - 5 درجات. والمطلوب هو وضع دائرة حول البديل المختار الآن وفي المستقبل، وهو ما يعنى أن المفحوص يمكن أن يضع علامة واحدة (إذا كان تقيمه لأهمية المهارة الآن، وفي المستقبل ثابت) أو يختار بديلين ويضع علامتين إذا كان تقديره لأهمية المهارة يختلف حالياً عن أهميتها مستقبلاً:

مثال: مهارة تحديد المشكلات، ومعرفة أسبابها



أما في الجزء الثاني فيختار العامل أو الموظف أحد البدائل الخمسة أمام كل مهارة، على اعتبار أنها هي التي تعبر عما يملكه بالفعل من تلك المهارة أو كفاءة استخدامه الفعلي لها. ويراعى أن يكون هناك فاصل زمني بين انتهاء الإجابة على الجزء الأول، وبدء الإجابة على الجزء الثاني.

ملاحظة مهمة: يقوم العامل في المنظمة بالإجابة عن جزئي الاستبيان، أيضاً لابد أن يجيب عنهما مديره أو رئيسه المباشر، مقيماً العامل على كلا جزئي الاستبيان، لأن تحليل النتائج يعتمد على معرفة تقديرات ورأي العامل في نفسه، وكذلك تقديرات ورأي مديره فيه.

الجزء الأول: أهمية المهارة

المهارات	غير مهمة (1)	ذات أهمية بسيطة (2)	واضحة الأهمية (3)	مهمة (4)	مهمة جد (5)
1- الاستعداد للتغيير					
1-1: إدراك وتحديد المشكلات ومعرفة أسبابها بشكل دقيق ومنظم.					
2-1: الاستقرار والهدوء عند التعرض للضغوط.					
3-1: مشاركة الآخرين والتضامن معهم عندما يكون ذلك ملائماً.					
4-1: تهيئة الظروف المناسبة لاتخاذ القرار أو التعبير عن الرأي.					
5-1: تحديد الأهداف والعمل على تحقيقها.					
6-1: تشجيع الآخرين وحثهم على الإسهام والمشاركة.					
7-1: السعى لإقناع الآخرين بقبول ما أقدمه من اقتراحات.					
8-1: مراجعة الأهداف بدقة.					
9-1: السعى لمعرفة كل المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرار الصحيح.					
10-1: القدرة على عرض الأفكار والمقترحات بشكل جيد وفعال.					
2- التغيير المخطط					
1-2: تحديد المواقف أو الظروف المشككة، واقتراح الحلول المناسبة لها.					
2-2: القدرة على تقييم البدائل أو الاختيارات المختلفة.					
3-2: توصيل المعلومات والآراء والأفكار بوضوح.					
4-2: حلول إبداعية للمشاكل.					

المهارات	غير مهمة (1)	ذات أهمية بسيطة (2)	واضحة الأهمية (3)	مهمة جد (4)	مهمة (5)
5-2: تحديد المشكلات الخاصة بتنفيذ عملية التغيير والموارد اللازمة لها والأولويات المناسبة.					
3- تنفيذ التغيير					
1-3: تحديد ما يجب القيام به لإعداد خطة ملائمة للتغيير.					
2-3: وضع جدول زمني مفصل وتحديد أولويات التغيير.					
3-3: تحديد أثر التغيير على الآخرين.					
4-3: تحديد أثر ضغوط التغيير على الذات، وكيفية التعامل معها بكفاءة.					
5-3: تحديد أثر ضغوط التغيير على الآخرين وكيفية التعامل معها.					
6-3: تقسيم المهام على الأفراد بطريقة ملائمة.					
7-3: تحويل الخطط إلى إجراءات وخطوات عملية.					
4- دعم التغيير					
1-4: تخصيص الوقت الكافي لمراجعة ما تم من تقدم، وما يستجد من مشكلات.					
2-4: مناقشة المشكلات وكافة الأمور بوضوح وصراحة					
3-4: تقديم العائد الإيجابي للملائم للآخرين.					
4-4: تحديد المجالات التي تشهد تحسناً نتيجة للتغيير.					
5-4: التشبث بما تم من نجاح والحفاظ على دافعية الأفراد مرتفعة.					
6-4: بث روح الفريق أو روح الجماعة لدى الأفراد.					

نموذج كولن كارنال لإدارة التغيير التنظيمي

المهارات	غير مهمة (1)	ذات أهمية بسيطة (2)	واضحة الأهمية (3)	مهمة (4)	مهمة جد (5)
7-4: استخدام الموارد المتاحة بأحسن ما يمكن.					
8-4: السماح بوقت كاف للتغيير.					

(ب) الجزء الثاني: الممارسة الفعلية للمهارة

المهارات	غير ملائم (1)	ضعيف (2)	متوسط (3)	جيد جدا (4)	اممتاز (5)
1- الاستعداد للتغيير					
1-1: إدراك وتحديد المشكلات، ومعرفة أسبابها بشكل دقيق ومنظم.					
2-1: الاستقرار والهدوء عند التعرض للضغوط.					
3-1: مشاركة الآخرين والتضامن معهم عندما يكون ذلك ملائما.					
4-1: تهيئة الظروف المناسبة لاتخاذ القرار أو التعبير عن الرأي.					
5-1: تحديد الأهداف والعمل على تحقيقها.					
6-1: تشجيع الآخرين وحثهم على الإسهام والمشاركة.					
7-1: السعى لإقناع الآخرين بقبول ما أقدمه من اقتراحات.					
8-1: مراجعة الأهداف بدقة.					
9-1: السعى لمعرفة كل المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرار الصحيح.					
10-1: القدرة على عرض الأفكار والمقترحات بشكل جيد وفعال.					
2- التغيير المخطط					
1-2: تحديد المواقف أو الظروف المشككة، واقتراح الحلول المناسبة لها.					

المهارات	غير ملائم (1)	ضعيف (2)	متوسط (3)	جيد جدا (4)	اممتاز (5)
2-2: القدرة على تقييم البدائل أو الاختيارات المختلفة.					
2-3: توصيل المعلومات والآراء والأفكار بوضوح.					
2-4: حلول إبداعية للمشاكل.					
2-5: تحديد المشكلات الخاصة بتفعيل عملية التغيير، والموارد اللازمة لها والأولويات المناسبة.					
3- تنفيذ التغيير					
3-1: تحديد ما يجب القيام به لإعداد خطة ملائمة للتغيير.					
3-2: وضع جدول زمني مفصل وتحديد أولويات التغيير.					
3-3: تحديد أثر التغيير على الآخرين.					
3-4: تحديد أثر ضغوط التغيير على الذات، وكيفية التعامل معها بكفاءة.					
3-5: تحديد أثر ضغوط التغيير على الآخرين، وكيفية التعامل معها.					
3-6: تقسيم المهام على الأفراد بطريقة ملائمة.					
3-7: تحويل الخطط إلى إجراءات وخطوات عملية.					
4- دعم التغيير					
4-1: تخصيص الوقت الكافي لمراجعة ما تم من تقدم، وما يستجد من مشكلات.					
4-2: مناقشة المشكلات وكافة الأمور بوضوح وصراحة					
4-3: تقديم العائد الإيجابي للملائم للآخرين.					
4-4: تحديد المجالات التي تشهد تحسنا نتيجة للتغيير.					

نموذج كولن كارنال لإدارة التغيير التنظيمي

المهارات	غير ملائم (1)	ضعيف (2)	متوسط (3)	جيد جداً (4)	امتاز (5)
4-5: التشبث بما تم من نجاح، والحفاظ على دافعية الأفراد مرتفعة.					
4-6: خلق وبث روح الفريق أو روح الجماعة لدى الأفراد.					
4-7: استخدام الموارد المتاحة بأحسن ما يمكن.					
4-8: السماح بوقت كاف للتغيير.					

وبعد تطبيق الاستبيان بجزأيه على الفرد ومديره أو رئيسه المباشر، يتم رصد الدرجات وتحليلها كما يلي:

التحليل

يتم أولاً رصد الدرجات في كل من جزئي الاستبيان كما يلي:

المهارات	أهمية المهارة حالياً (الجزء الأول من الاستبيان)	أهمية المهارة مستقبلاً (الجزء الأول من الاستبيان)	الأداء الفعلي (الجزء الثاني من الاستبيان)
الاستعداد للتغيير			
1-1: إدراك وتحديد المشكلات ومعرفة أسبابها بشكل دقيق ومنظم.			
1-2: الاستقرار والهدوء عند التعرض للضغوط.			
1-3: مشاركة الآخرين والتضامن معهم عندما يكون ذلك ملائماً.			
1-4: تهيئة الظروف المناسبة لاتخاذ القرار أو التعبير عن الرأي.			
1-5: تحديد الأهداف والعمل على تحقيقها.			
1-6: تشجيع الآخرين وحثهم على الإسهام والمشاركة.			
1-7: السعي لإقناع الآخرين بقبول ما أقدمه من اقتراحات.			
1-8: مراجعة الأهداف بدقة.			

المهارات	أهمية المهارة حالياً (الجزء الأول من الاستبيان)	أهمية المهارة مستقبلاً (الجزء الأول من الاستبيان)	الأداء الفعلي (الجزء الثاني من الاستبيان)
9-1: السعي لمعرفة كل المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرار الصحيح.			
10-1: القدرة على عرض الأفكار والمقترحات بشكل جيد وفعال.			
2- التغيير المخطط			
1-2: حدد المواقف أو الظروف المشكلة، واقترح الحلول المناسبة لها.			
2-2: القدرة على تقييم البدائل أو الاختيارات المختلفة.			
3-2: توصيل المعلومات والآراء والأفكار بوضوح.			
4-2: حلول إبداعية للمشاكل.			
5-2: تحديد المشكلات الخاصة بتفعيل عملية التغيير، والموارد اللازمة لها والأولويات المناسبة.			
3- تنفيذ التغيير			
1-3: تحديد ما يجب القيام به لإعداد خطة ملائمة للتغيير.			
2-3: وضع جدول زمني مفصل وتحديد أولويات التغيير.			
3-3: تحديد أثر التغيير على الآخرين.			
4-3: تحديد أثر ضغوط التغيير على الذات، وكيفية التعامل معها بكفاءة.			
5-3: تحديد أثر ضغوط التغيير على الآخرين، وكيفية التعامل معها.			
6-3: تقسيم المهام على الأفراد بطريقة ملائمة.			

المهارات	أهمية المهارة حالياً (الجزء الأول من الاستبيان)	أهمية المهارة مستقبلاً (الجزء الأول من الاستبيان)	الأداء الفعلي (الجزء الثاني من الاستبيان)
3-7: تحويل الخطط إلى إجراءات وخطوات عملية.			
4- دعم التغيير			
1- 4: تخصيص الوقت الكافي لمراجعة ما تم من تقدم وما يستجد من مشكلات.			
2- 4: مناقشة المشكلات وكافة الأمور بوضوح وصراحة.			
3- 4: تقديم العائد الإيجابي للملائم للآخرين.			
4- 4: تحديد المجالات التي تشهد تحسناً نتيجة للتغيير.			
5- 4: التشبث بما تم من نجاح والحفاظ على دافعية الأفراد.			
6- 4: بث روح الفريق لدى الأفراد.			
7- 4: استخدام الموارد المتاحة بأحسن ما يمكن.			
8- 4: السماح بوقت كافٍ للتغيير.			

بعد أن أجبت عن الاستبيان أنت ومديرك، يمكنك الآن تحديد المهارات التي تمثل مواضع قوة لديك، وأيضا الأخرى التي تحتاج إلى تنمية وتطوير، وأيضا جوانب إدارة التغيير التي تحتاج إلى تطوير وذلك بإتباع الآتي:

مواطن القوة: هي تلك البنود التي حصلت على تقدير 4 أو 5 في الجزء الثاني من الاستبيان (الأداء الفعلي للمهارة)، بشرط أن يكون هناك اتفاق بينك وبين مديرك في هذا التقدير، أي أن كلاهما قد قدر البند المعين بأربع أو بخمس درجات.

المهارات التي تحتاج إلى تطوير: وهي تلك التي حصلت على تقديرات 3، 4، 5 لديك ولدى مديرك أيضا عند تقدير أهميتها الحالية (الجزء الأول من الاستبيان)، وتكون هي نفسها قد حصلت على تقدير 1 أو 2 في الجزء الثاني من الاستبيان (الأداء الفعلي)، سواء تم هذا التقدير (1 أو 2) بواسطة أنت فقط، أو بواسطة مديرك فقط.

جوانب إدارة التغيير التي تحتاج إلى تطوير: وهى تلك التى قام مديرك بتقدير أهميتها المستقبلية (الجزء الأول من الاستبيان) بـ 4 أو 5، وتكون هى نفسها قد تم تقديرها فى الأداء (الجزء الثانى من الاستبيان) بـ 1 أو 2، سواء كان هذا التقدير بواسطتك أنت فقط، أو تقدير مديرك فقط.

وبناء على ذلك يتم وضع قائمة تشمل مواطن القوة، والخطوات العملية اللازمة لتطوير جوانب الضعف، سواء فى مهارات الفرد، أو فى مهارات إدارة التغيير.

(4) استراتيجية إدارة التغيير

هناك من الدلائل ما يشير إلى أن أسلوب "خطة أو مشروع الإدارة" مهم ومفيد جدا عندما يكون الهدف إجراء تغييرات جوهرية. فأحيانا ما يكون دور المدير هو التفرغ التام كل الوقت لإدارة تغيير كبير يحدث فى منظمته، وأحيانا يتولى ذلك مجموعة عمل من عدد من الأفراد نسميها مجموعة التوجيه أو قيادة التغيير، ويرأسها أحد المديرين الكبار، وتكرس كل وقتها وجهدها- أو جزء منه- لتنفيذ عملية التغيير. وكما قلنا، فإن ذلك لا يحدث إلا إذا كنا بصدد تغييرات كبرى وجوهرية فى المنظمة. وفى تلك الحالات يكون هذا المنحى ملائما وتكون له قيم إضافية لتفعيل التغيير.

أ - قائمتا المشكلات الخاصة بالتخطيط للتغيير وتنفيذه

نعرض فيما يلى لقائمتين تم التوصل إليهما وتحديدتهما من خلال دراسات مسحية على عدد كبير من المنظمات، الأولى تبين أهم المشكلات والصعوبات التى يمكن أن تواجهها عند القيام بها يسمى "التخطيط المشترك"، والثانية تُعنى بالمشكلات والصعوبات الخاصة بتنفيذ استراتيجية التغيير.

1- المشكلات العشر التى يمكن أن تواجه التخطيط المشترك

أ - إذا اعتقدت القيادات العليا أنها يمكن أن تفوض أحد المخططين فى القيام بذلك، دون ما إسهام إيجابى أو فعال منها.

ب- انهماك الإدارة العليا فى مشكلات العمل اليومية، وبالتالي لا يجدون الوقت الكافى للتخطيط طويل المدى، وهو ما يؤدى إلى ضعف الثقة والشك لدى باقى العاملين، سواء المديرين أو الموظفين الصغار.

ج- الفشل فى وضع أهداف للمنظمة قد تكون ملائمة كنقطة انطلاق أو قاعدة لوضع خطط طويلة المدى.

- د- الفشل في جعل جموع العاملين والموظفين شركاء ومساهمين في عمليات التخطيط.
 - هـ- الفشل في استخدام الخطة الموضوعية كمعيار، يقيم على أساسه أداء المديرين.
 - و- الفشل في خلق مناخ عام في المنظمة يساعد على التخطيط ويشجعه ويدعمه.
 - ز- اعتقاد الإدارة العليا خطأ أن التخطيط المشترك الشامل عملية منفصلة ومستقلة عن الإدارة الكاملة للمنظمة.
 - ح- التشبث بالشكليات بصورة مبالغ فيها، وهو ما يقلل من المرونة ويقاوم الإبداع.
 - ط- الفشل في متابعة الخطط ومراجعتها أولاً بأول مع رؤساء الأقسام في المنظمة. فالتواصل بغرض المتابعة غير ملائم.
 - ى- اعتماد الإدارة العليا على القرارات القائمة على الحدس والتخمين، ورفضهم الاعتماد على التخطيط العلمي المنظم.
- وكما هو واضح، فإن مشكلات التخطيط المشترك تحدث بسبب تركز الإدارة في المستويات العليا فقط، وعدم إشراك المستويات الأدنى، وعدم وجود أهداف واضحة، وانخفاض مرونة الخطط، والفشل في متابعة ومراجعة الأداءات في ضوء المعايير المنصوص عليها في الخطة الموضوعية للتغيير والأهداف المحددة فيها.
- إن اقتصر الإدارة على قمة السلم القيادي فقط لا تسفر إلا عن تخطيط ضيق وضعيف ولا يهتم به الآخرون. وعادة ما تكون تلك الخطط معزولة وضعيفة وغير مرنة.
- 2- المشكلات الخاصة باستراتيجية تنفيذ التغيير: (مرتبة تنازلياً حسب نسبة انتشارها)
 - أ - إن تنفيذ الاستراتيجية يستغرق- عادة- وقتاً أكثر من المحدد لها سلفاً.
 - ب- تظهر مشكلات لم تكن في الحسبان أثناء التنفيذ.
 - ج- إن التكامل أو التنسيق بين إجراءات ونشاطات عملية التنفيذ ليست ملائمة أو بالقدر الكافي.
 - د- إن النشاطات الخاصة بالمنافسة- مع المنظمات الأخرى- والأزمات أو التغييرات المفاجئة (في حالة السوق مثلاً) تشتت الإدارة وتجعلها قادرة على اتخاذ القرارات الملائمة في الوقت الملائم.
 - هـ- إن قدرات العاملين الذين تقوم الخطة عليهم ليست ملائمة.
 - و- إن التدريب والمعلومات المقدمة للمستويات الوظيفية الدنيا ليست ملائمة.

ز- وجود عوامل خارج نطاق المنظمة يصعب التحكم فيها، وتكون ذات أثر قوى على عملية التنفيذ.

ح- إن القيادة والتوجيه بواسطة مديري الأقسام ليس فعالاً.

ط- إن الأنشطة والمهام الأساسية لعملية التنفيذ لم تحدد بشكل تفصيلي ملائم.

ي- إن نظام المعلومات المستخدم في توجيه عملية التنفيذ وإدارتها غير ملائم.

وكما هو واضح، فإن مشكلات تنفيذ الاستراتيجية تتضمن مشكلات تتعلق بعامل الوقت وحدوث أشياء أو ظروف غير متوقعة، والفشل في تحديد الأولويات وعدم التحديد الدقيق لمهام ومتطلبات تنفيذ استراتيجية التغيير، وعدم المتابعة الجيدة لأى تقدم غير ملائم أدى إلى خطط غير مرنة، وغير محددة التفاصيل.

ومن الطريف أن المنظمات التي ظهرت فيها تلك المشكلات لم تكن تعاني أبداً من ضعف الموارد المالية، وهو ما يعنى أن نقص الإمكانيات المادية ليس هو المشكلة في تنفيذ التغيير وتطبيقه، إنما تكمن المشكلة في الإدارة العليا وقياداتها والتي تتمثل في عدم دعمها للموقف أو تشجيعها للعاملين، وعدم إعطاء الاهتمام الواجب لمتابعة الخطط والتغييرات وإعطاء الفرص للتدريب المستمر.

ونعرض في الجزء التالى إطاراً عاماً لمراحل استراتيجية إدارة التغيير. وهو مكون من أربعة أقسام هي: الاستراتيجية وعناصرها، والقيمة التي يمكن أن يضيفها كل عنصر من العناصر، وأهم المشكلات التي يمكن أن تواجهها، وأخيراً المشكلات التي يمكن تجنبها.

ب- مراحل استراتيجية إدارة التغيير

1- تكوين هيكل إداري لتفعيل التغيير

م	الاستراتيجية وعناصرها	القيمة المضافة	المشكلات الناشئة	مشكلات يمكن تجنبها وتحاشيها
1	- المجموعة أو الفريق الذى يتولى وبتابع عملية التغيير	- مناقشات موسعة وثرية لكل الجوانب	- ضعف وانخفاض الإحساس بالمسؤولية الفردية	- احتمالية انخفاض دافعية والتزام أفراد الفريق
2	- مدير المشروع	- الاستغراق والاهتمام الزائد	-	-
3	- أقسام العمل المختلفة	- الأداء التعاوني الدؤوب	-	-

نموذج كولن كارنال لإدارة التغيير التنظيمي

م	الاستراتيجية وعناصرها	القيمة المضافة	المشكلات الناشئة	مشكلات يمكن تجنبها وتحاشيها
4	- تحديد وتقييم اتجاهات العاملين	- زيادة الخبرات الفنية أو المتخصصة	-	-
5	- طلب الاستشارة	- التعلم والاستفادة من خبرات الآخرين	-	-

2- التخطيط الشامل الممتد لتنفيذ التغيير

م	الاستراتيجية وعناصرها	القيمة المضافة	المشكلات الناشئة	مشكلات يمكن تجنبها وتحاشيها
1	- تحديد الأهداف العامة والمراحل الكبرى	- بذل كل الجهد الممكن لتحديد أنسب الاستراتيجيات	- انخفاض مستوى حرية التصرف أو اتخاذ القرار	- الخطط قد تتسم بالجمود وعدم المرونة
2	- الموارد المالية المطلوب توفرها	- الثقة الكبيرة فيما هو متاح من إمكانيات	- سرية المعلومات في هذا الشأن	-
3	- الجدول الزمني للتغيير	- وضوح الأولويات	- البطء في اتخاذ القرارات	-
4	- تحديد أثر التغيير على العاملين واستعدادهم للتدريب الجديد وإرشادهم..الخ	- وضوح المسار، وأن الجميع يعرف الطريق وإلى أين تتجه المنظمة	-	-

3- القيادة الفاعلة والمؤثرة في كل المستويات الوظيفية

م	الاستراتيجية وعناصرها	القيمة المضافة	المشكلات الناشئة	مشكلات يمكن تجنبها وتحاشيها
1	- المسؤولية الشخصية، أي جعل الأفراد يشعرون بمسئولياتهم	- اللجوء إلى أساليب جريئة ومقدامة ومتحدية	- إيمان الفرد أنه "المالك" أو صاحب العمل	- التصادم والاضطراب (تصادم الأدوار والآراء)
2	- تكوين وإعداد فريق العمل	- الإحساس بوجود أهداف مشتركة	- الفردية أو الذاتية خاصة لدى القيادات العليا	- استراتيجيات تغيير مبالغ فيها وطموحة جدا وغير واقعية
3	- إدراك آثار التغيير بشكل مباشر ولملموس	- مزيد من الجدية والالتزام	-	- ربما يحدث إصرار أكثر من اللازم في الخطة
4	- التواصل	-	-	-

4- استخدام المعايير أو المحكات طويلة المدى في التخطيط للتغيير

م	الاستراتيجية وعناصرها	القيمة المضافة	المشكلات الناشئة	مشكلات يمكن تجنبها وتحاشيها
1	- التركيز على المتطلبات المستقبلية	- الإحساس بوجود هدف مشترك	- كل من الأهداف والمسؤوليات تكون غير واضحة	- طموح أو مثالية مبالغ فيها
2	- تطوير المهارات والجوانب التكنولوجية	- زيادة الثقة والمصادقية	- ردود الأفعال تجاه صعوبات وأحوال السوق تكون ضعيفة	-
3	- زيادة المهارات وقدرات التكيف	- الإحساس بالمشاركة فيما يتحقق من نجاح	-	-

5- الضوابط المرنة

م	الاستراتيجية وعناصرها	القيمة المضافة	المشكلات الناشئة	مشكلات يمكن تجنبها وتحاشيها
1	- التركيز على إيجاد حلول للمشكلات	- زيادة الجرأة والإبداع والمخاطرة المحسوبة	- التقديرات الذاتية	- السياسات المشتركة تقل وتضعف
2	- الاعتراف بالنجاح وتقديره	- زيادة القدرة على الإصرار والمواصلة لتحقيق الهدف البعيد	- انخفاض الشعور بالمسؤولية الفردية	

6- خطة التواصل

م	الاستراتيجية وعناصرها	القيمة المضافة	المشكلات الناشئة	مشكلات يمكن تجنبها وتحاشيها
1	- التواصل بشكل متكرر ومنتظم	- التكيف والتوافق مع الخطط الموضوعية وتقبلها	- سرية بعض الجوانب قد لا تسمح بذلك	
2	- استخدام أكثر من وسيلة أو قناة للاتصال	- تجنب الالتباس وعدم الفهم	- الوقت اللازم لنقل المعلومات وبنائها للجميع	- إمكانية حدوث إشاعات
3	- العائد المتبادل (أي من المستويات العليا للأدنى، وبالعكس)	- يجعل الأهداف والخطط معروفة للجميع، ويزيد من الالتزام	-	-

وإذا أردنا مثلاً تطبيقاً لهذا الأسلوب، فإن المنظمة المالية السابق الإشارة إليها كانت قد أعدت فريق عمل لإدارة التغيير، وقبل أعضاء هذا الفريق تحمل مسؤولياتهم في القيام بهذه المهمة، وتم إجراء مقابلات مع جميع المديرين والعاملين، ومعرفة آرائهم باستخدام الاستبيانات وبناء على نتائج ذلك أعد الفريق

خطة التغيير، وتم عرضها على المديرين والعاملين، وقد روعى في تصميمها وعرضها أن تكون مفهومة وواضحة للجميع. وهى تتضمن: التدريب والإرشاد المكثف وتحديد الأهداف ووصفها في جدول زمنى واقعى ومحدد. وكان الغالب على محتوى خطة تنفيذ التغيير واعداد العاملين له هو بث روح الفريق، والتواصل بين المستويات الوظيفية بشكل ملائم. وكذلك، فإن خطة التغيير حددت مسئولية كل الأطراف، وأكدت أن التغيير يجب أن يُتابع، ويكون موضع مراجعة مستمرة على اعتبار أنه "عملية" أداء قابل للمراجعة والملاحظة المباشرة، وأنه ليس كيانا منفصلا، بل هو جزء من عملية تطوير الأداء في المنظمة بشكل عام.

وأكدت كذلك ضرورة أن يلمس الأفراد نجاحهم، ويدركونه بشكل مادى أو عياني، وضرورة وجود العائد التواصلى في الاتجاهين (من أعلى السلم الوظيفى للأدنى، وبالعكس). وباختصار، فإن خطة التغيير التى تمت في تلك المنظمة قد ألتزمت وانطلقت من المحددات والعناصر التى أوضحنها في خطة استراتيجية إدارة التغيير، والتى عرضنا لخطوطها العريضة في الجدول السابق، وهو مصمم بحيث يكون ملائما للتعامل مع أى مشكلات خاصة بالتغيير في المنظمات، ويساعدنا في تنفيذ عملية التغيير بمختلف خطواتها أو مراحلها بالشكل المأمول.

الفصل الثامن
دليل دان كوهين الميداني
لإدارة التغيير التنظيمي

الفصل الثامن

دليل دان كوهين الميداني لإدارة التغيير التنظيمي^(*)

مقدمة

تم اختيار هذا النموذج الميداني لإدارة التغيير التنظيمي لمجموعة من الاعتبارات التي تتمثل فيما يلي:

أولاً: إن الكتاب أنجز حديثاً عام 2005 في ضوء خبرة عملية تطبيقية فائقة لمؤلفه في إدارة عمليات التغيير والتحويل التنظيمي استمرت لسنوات طويلة، مكنته من الإحاطة والفهم والاستيعاب لكل جوانب التغيير ومشكلاته ومعوقاته وسبل التغلب عليها في العديد من دول العالم، وفي مختلف منظمات الأعمال في تلك الدول، والتي تتباين في أهدافها واستراتيجياتها ورسالاتها ورؤاها..الخ.

ثانياً: إنه يقدم دليلاً إجرائياً بسيطاً وواضحاً يمكن استخدامه بيّس من قِبَل الأفراد المعنيين بإدارة التغيير؛ لأنه محدد المراحل والخطوات، بحيث تشمل كل منها ما ينبغي عمله، وأسس الانتقال من خطوة إلى أخرى، أو الرجوع لخطوة سابقة للتأكيد على جانب من الجوانب أو معالجة أي نقص.

ثالثاً: إنه يشمل مجموعة من الأدوات التي تستخدم في التقدير الكمي الموضوعي لكل خطوات عملية إدارة التغيير، وتقويم مدى فاعلية كل خطوة منها، وأهم الصعوبات أو المعوقات التي تحول دون تحقيقها، وكيفية التغلب عليها.

رابعاً: إنه يعرض لكافة المهارات التي تتطلبها إدارة التغيير فيمن يتولى هذه المسؤولية، والأساليب والفنيات التي يتعين استخدامها بكفاءة من أجل تحقيق رؤية التغيير، والوصول بها إلى أهدافها المنشودة.

خامساً: إنه يتسم بالمرونة، بحيث يمكن توظيفه حسب طبيعة التغيير المطلوب ومدى اتساع نطاقه، وظروف المنظمة التي تنهض به..الخ.

(*) يمثل الفصل الحالي ملخصاً لدليل دان كوهين الميداني لإدارة التغيير التنظيمي، والذي ترجمه المؤلف الحالي كاملاً بعنوان: أسس التغيير التنظيمي: دليل عملي ميداني. أساليب وأدوات إدارة التغيير في المنظمات. والذي نشر في دار إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع عام 2010. وشمل عرض كل خطوة من الخطوات الثماني لإدارة التغيير ثلاثة عناصر فقط هي الأهداف والإجراءات والنتائج. ويمكن الرجوع للمصدر الأصلي للكتاب المترجم للإطلاع على باقي عناصر خطوات إدارة التغيير التنظيمي، والتي تشمل إضافة لذلك أهم صعوبات تنفيذ الخطة، ومقترحات لتحسين الأداء، ووقائع يمكن الاستفادة منها، وأخيراً مصادر إضافية.

ويفترض هذا المنحى أن التغيير الناجح يمكن تحقيقه عبر ثماني خطوات متفاعلة، يمكن تصنيفها إلى ثلاث مراحل كبرى تشملها عملية التغيير وهي:

المرحلة الأولى وتهدف إلى تهيئة مناخ المنظمة للتغيير وتكوين المناخ الملائم للتغيير في المنظمة، وتتضمن تلك المرحلة الخطوات الثلاث الأولى من هذا المنحى.

والمرحلة الثانية هي مرحلة التمكن والإحاطة بكل جوانب المنظمة، أى انخراط المنظمة ككل وانشغالها أو انهماكها في عملية التغيير، وهي تتضمن الخطوات من الرابعة إلى السادسة.

أما المرحلة الثالثة فهي مرحلة التنفيذ الفعلى للتغيير ومساندته والحفاظ على ما يترتب عليه من مستجدات أو ممارسات جديدة، وتشمل تلك المرحلة الخطوتين الأخيرتين من خطوات التغيير الثماني.

وفيما يلي عرض موجز لتلك المراحل الثلاث، والخطوات التى تتضمنها كل منها:

أولاً: تهيئة مناخ المنظمة للتغيير

تتمثل المرحلة الأولى في تكوين المستوى المطلوب من الطاقة الدافعة لدى العاملين، وتهيئة مناخ المنظمة لتقبل التغيير المزمع إجراؤه حتى يمكن جعله واقعا فعليا على الأرض، ويشعر بأهميته الجميع. وتشمل هذه المرحلة ثلاث خطوات هي:

(1) زيادة الشعور بالحاجة للتغيير

يجب على قادة التغيير في هذه الخطوة أن ينجحوا في تكوين معنى الشعور بالحاجة للتغيير المطلوب، أو مدى إلحاحيته من خلال زيادة الطاقة والدافعية الخاصة بالشعور بأهمية التغيير لدى العاملين. ولإنجاز ذلك فإنه يتعين على هؤلاء القادة تقليل الخوف والغضب والتذمر والتشكك الذى ينشأ لدى العاملين نتيجة لتوقع عمليات التغيير، وما يمكن أن يترتب عليها من مضار سلبية أو مخاطر في تصورهم.

(2) تكوين الفرق الموجهة للتغيير وإعدادها

يتم في هذه الخطوة اختيار القادة الذين سيتولون قيادة عملية التغيير. وبالطبع، فإن أعضاء فرق التوجيه لن ينجحوا في أداء مهامهم التى توكل إليهم إلا إذا كانوا هم أساسا مقتنعين بالتغيير ومتحمسين له. لذلك يجب أن يتسم هؤلاء القادة بما يلي:

- أ - لديهم فهم عميق لأسباب التغيير وطبيعته وكيفية إجرائه.
- ب- يمثلون نموذجاً للسلوك القويم الذي يجب أن يقتدى به الآخرون ويتمثلونه.
- ج- يضعون أنفسهم هم والآخرون في موضع المسؤولية عن النتائج التي سيصلون إليها، ومدى استعدادهم للمحاسبة.

(3) صياغة الرؤية الصائبة للتغيير

يتم في هذه الخطوة تكوين رؤية واضحة وطموحة للمستقبل يمكن تحقيقها. وهذه الرؤية يجب أن تصف السلوك المحوري الذي يؤمل تحقيقه في المستقبل، أو الممارسات المراد القيام بها في المنظمة، وماهية الأساليب والاستراتيجيات التي يمكن توظيفها لتحويل تلك الرؤية المنشودة إلى واقع فعلي. ويجب أن يكون هذا الوصف من الوضوح، بحيث يمكننا من وضع أدوات التقييم الملائمة لقياس تلك الممارسات المنصوص عليها في الرؤية وتتبع مسارها عبر عملية التغيير.

ثانياً: التمكن والإحاطة بكل جوانب المنظمة Engaging and enabling the whole organization

تهدف هذه المرحلة إلى جعل كل العاملين في المنظمة ينخرطون في التغيير ويستوعبون أهدافه من خلال قادة الفرق الموجهة للتغيير. وتشمل هذه المرحلة ثلاث خطوات هي:

(4) التواصل الفعال لتحقيق الأهداف - in Communication for buy

يجب أن يقوم قادة التغيير في هذه الخطوة بتوصيل الرسائل الصريحة والموجزة وغير المتحيزة والمخلصة عن التغيير لجميع العاملين في المنظمة من أجل خلق الثقة والتأييد والالتزام لتحقيق الرؤية المأمولة للتغيير.

(5) التمكن من الممارسة الفعلية للتغيير Enable action

يجب على قادة التغيير في هذه الخطوة إمداد العاملين بكل المهارات اللازمة وتزويدهم بالإمكانات التي تساعد على تنفيذ الممارسات الفعلية للتغيير وإزالة أية صعوبات أو عقبات تحد من محاولات تفعيل الرؤية ومواصلة مسيرة التغيير، وذلك من خلال تطوير برامج جديدة وابتكار تصميمات مفيدة وتحديد العمليات غير الفعالة لتغيير مسارها أو تعديلها بالشكل الذي يحقق الأهداف.

(6) تحقيق مكاسب قصيرة المدى Create short- terme wins

يجب على قادة التغيير في هذه الخطوة أن يعيدوا تعزيز أهمية الحاجة للتغيير من خلال تحقيق إنجازات مرئية أو مكاسب قصيرة المدى لما تم من جهود لها

قيمة وفي وقت محدد؛ ذلك لإظهار أن ثمة تقدماً يحدث في مسيرة التغيير سوف يؤتي ثماره.

ثالثاً: تنفيذ التغيير ومساندته Implementing and sustaining the change

تؤكد المرحلة الثالثة والأخيرة على أن التغيير الذي بدأ مستمر وقائم وثابت، وأصبح جزءاً لا يتجزأ من نسيج المنظمة وثقافتها من خلال جهود قادة التغيير ومساندتهم لما تم تحقيقه من إنجازات. وتشمل هذه المرحلة الخطوتين الأخيرتين وهما:

(7) عدم التوقف عن مواصلة العمل: Don't let up

هذه الخطوة حاسمة لتأكيد أن الفرق الموجهة للتغيير تواصل العمل بدأب وتراقب كل شيء بعناية وتقيس التقدم الذي يحدث، مع وجود قناة تامة بالألا يعلنوا عن تحقيق انتصار نهائي قبل أن تكتمل المهمة تماماً ويتم تنفيذ كل ما ورد في الرؤية.

(8) تدعيم التغيير وتثبيتته: Make it stick

يجب على قادة التغيير في هذه الخطوة الأخيرة أن يكونوا هم النماذج والقُدوة في تبني السلوك الجديد، وإثابة من يسلك بمقتضاه والتمسك به، واتخاذ القرارات في ضوءه حتى يصبح جزءاً لا يتجزأ من كيان المنظمة وطريق إنجاز المشاريع البناءة.

طبيعة التغيير والخطوات الثماني

هناك مجموعة من المبادئ الأساسية التي تحكم استخدام هذا النموذج ذي الخطوات الثماني ويتعين وضعها في الاعتبار عند الشروع في إجراء تغيير في المنظمة.

(1) إن كل خطوة من هذه الخطوات الثماني ضرورية

فكل مرحلة في العملية ترسخ الأساس المتين الذي يبنى عليه التغيير. وعلى ذلك، فإن جهوداً قليلة للتغيير هي التي سوف تتقدم إذا تم استبعاد أي خطوة من هذه الخطوات الثماني.

(2) إن التغيير عملية ديناميكية

على الرغم من أن المبدأ السابق يقر بأن إحداث التغيير هو عملية خطية تسير في اتجاه واحد بادئة من الخطوة الأولى ومنتهية بالخطوة الثامنة بترتيب صارم، فإن ذلك ليس صحيحاً تماماً؛ لأن التحولات الكبيرة لا تتم على هذا النحو المستقيم

والمباشر، فعملية التغيير دينامية بحكم طبيعتها. وكنتيجه لذلك، فإن عملية التغيير ربما تبدأ في منتصف النموذج بتكوين الفرق الموجهة للتغيير أو تحقيق مكاسب قصيرة المدى لكي نعزز الحاجة للتغيير ومدى إلحاحيته. وكذلك، فإنه من الضروري لقادة التغيير زيادة الحاجة للتغيير ومدى إلحاحيته (الخطوة 1)، وفي نفس الوقت يحدث التمكن من الممارسة الفعلية للتغيير (الخطوة 7)، وتحقيق مكاسب قصيرة المدى (الخطوة 6) لتحفيز المنظمة وتنشيطها لتهيئة المناخ للتغيير. كما أن المكاسب قصيرة المدى ضرورية لإرساء المصادقية والقوة الدافعة حتى تندمج المنظمة كلها في التغيير.

(3) يمكن أن يحدث العديد من الخطوات بصورة متزامنة ومستمرة

فبعض الخطوات مثل التواصل الفعال (الخطوة 4) أو زيادة الحاجة للتغيير (الخطوة 1) ينفذ على نحو متصل أثناء عملية التغيير لتوليد الطاقة اللازمة لجعل التغيير واقعياً.

(4) التغيير عملية مكررة Iterative

تتطلب عملية التغيير مراجعة متكررة وتتبع الخطوات التي تنجز لكي يتم التحرك للأمام بصورة ناجحة. فبعض الخطوات مثل زيادة الحاجة للتغيير (الخطوة 1) أو تكوين الفرق الموجهة للتغيير (الخطوة 2) تتم مراجعتها مرات عديدة خلال سير عملية التغيير وتقدمها، بمعنى أننا نشعر أثناء مسيرة التغيير أننا في حاجة إلى العودة إلى مرحلة سابقة تخطيناها لكن تساهم في الانطلاق إلى الأمام. هذا بالإضافة إلى أن بعض هذه الخطوات ربما لا توجد نهاية محددة لها، حيث تظل موجودة عبر عملية التغيير كلها مثل زيادة الشعور بالإلحاحية للتغيير (الخطوة 1) والتواصل الفعال (الخطوة 4) وأثناء تنفيذ الخطوات الأخرى.

أسس استخدام هذا الدليل الميداني

تقوم كل خطوة من الخطوات الثماني السابقة التي يشملها هذا الدليل بدفع عملية التغيير في مسارها الصحيح من خلال التأثير في انفعالات الأفراد. فهذا الدليل يوفر التوجيه والإجراءات العملية والأدوات اللازمة لقيادة التغيير من خلال تقويم وقياس ما يشاهده العاملون في المنظمة وما يشعرون به. وربما تكون التحليلات الإحصائية للبيانات التي يتم الحصول عليها من خلال الأدوات المستخدمة في هذا النموذج إحدى المميزات التي ينفرد بها عن غيره من النماذج الأخرى. فما سوف نراه في هذا الدليل هو أساليب منظمة لمخاطبة الأفراد والتأثير

في مخاوفهم واهتماماتهم وغضبهم ورضاهم أو قناعتهم Complacency، ومستوى استشارتهم أو دافعيتهم. هذا هو ما يهدف الدليل إلى تحقيقه: مساعدتك على المحافظة على المستوى المرتفع من الشعور بالحاجة للتغيير ومدى إلحاحيته وأهميته والطاقة اللازمة لاستمرار جهوده لتحقيق الرؤية المنشودة، ومن ثم تقليل المقاومة والرفض إلى أدنى درجة ممكنة. فإذا لم تستمر الطاقة التي تولدت عن الشعور بالحاجة للتغيير ومدى إلحاحيته، فإن الجهود المطلوبة للنجاح في الخطوات الأخرى لن تحقق مرادها، ولن تؤتي ثمار التغيير.

وهنا يثار التساؤل المهم: مَنْ الذى يمكن أن يساعده هذا الدليل بحيث يستفيد منه بالصورة المأمولة؟. الإجابة أن أى شخص مسئول عن جهود التغيير التنظيمى يمكنه الاستفادة من استخدام هذا الدليل الميداني لإدارة التغيير الناجح في منظمته. فهو يتيح التوجيه والأدوات اللازمة لقياس وتقويم كافة مراحل التغيير وخطواته النوعية لكل من القادة والفرق الموجهة للتغيير والمنظمات وذلك كما يلي:

أ - إنه يساعد قادة التحول التنظيمى ويوجههم من خلال تحديد منحى منظم لقيادة التغيير وتوفير الأدوات اللازمة لتقويم وقياس مدى فاعلية جهود التغيير التى يقومون بها.

ب- إنه يمد الفرق التى تتولى توجيه عمليات التغيير - وبخاصة في مراحلها المبكرة- بالدليل المرشد لإنجاح الجهود التى يقومون بها.

ج- إنه يتيح للمنظمات منحى متسقاً لقيادة التغيير، سواء في لغته أو منهجه، بحيث إنه يمثل أساساً للتمكن من الخبرات والمبادرات أو الخطوات المبكرة داخل المنظمة وزيادة فعاليتها.

وهناك ثلاث خصائص مميزة للمنحى العام الذى يمثل هذا الدليل التنظيمى وهي:

(1) إنه دليل تشخيصي: Diagnostic

فهو يركز في كل خطوة من خطوات التغيير الثماني على صياغة هدفها والإجراءات التى تتبع في تنفيذها، والنتائج التى تتمخض عنها واستكشاف المعوقات المحتملة في كل منها وإيضاح سبل التغلب عليها. كذلك فإنه يساعد في توضيح المشكلات والحلول المقترحة لها، ومن ثم تحديد التقدم الذى يحدث في جهود التغيير للتأثير في انفعالات الأفراد وعواطفهم واستثارة سلوكهم. فهو إطار عمل لتوجيه قادة التغيير التنظيمى ودعمهم من خلال الجوانب المهمة لقيادة التغيير.

(2) إنه يعتمد على القياس الدقيق في كل خطواته

يمكن استخدام كافة الإجراءات الخاصة بالدليل لقيادة عمليات التحول واسعة النطاق Wide transformation، فضلا عن كافة أشكال التغيير النوعية التي ترتبط بوحدة معينة أو قطاع ما في المنظمة. ويوفر أدوات قياس جيدة لمساعدة القادة على التمكن من العمليات التي تناسب احتياجاتهم.

(3) إنه يتسم بالمرونة: Flexibility

فالدليل يمكن استخدامه وتوظيفه لكي يظهر الجوانب الفريدة لكل مبادرات التغيير change initiative وكل جزء من المنظمة.

وعلى ذلك، فإن هذا الدليل يستخدم بكفاءة وفاعلية في كل من:

- أ - التخطيط لإجراءات تنفيذ أو تحقيق كل خطوة في عملية التغيير.
 - ب - تحديد العوامل التي تساعد على نجاح جهود التغيير أو تلك التي تعوقها.
- ولزيادة فاعلية الخطوات التي يشملها الدليل، يجب أن يحدث تكامل بين استخدامك له والجهود الأخرى المستمرة والتي تحقق:
- 1- التركيز على التواصل طوال مسيرة عملية التغيير الكلية.
 - 2- الاستفادة من كل محاولات التعلم الناجحة والفاشلة لزيادة كفاءة خبراتك وفعاليتها.
 - 3- قياس التقدم الذي يحدث في عملية التغيير.
 - 4- الحصول على عائد ثابت لإجراءاتك في كل خطوة من خطوات التغيير، واستعن بالمدرّب أو أحد زملائك للتعرف منه على الأفكار والممارسات الجديدة التي يمكن الاستفادة منها.

الباب الأول (المرحلة الأولى) : تهيئة مناخ المنظمة للتغيير

السيناريو الشائع الذي يحدث عادة، عندما يقرر قائد أي منظمة أن يجري تغييرا ما فيها، هو أن يبدأ بالتخطيط لإجراء التغيير وتنفيذه في الجانب الأدائي، أي في الآلات والمعدات ووسائل الإنتاج الموجودة في المنظمة، ولا يعطى إلا قدرا ضئيلا من الاهتمام بالتغيير في العمليات واستحداث خطوات عمل جديدة، أو إعداد الأفراد للتعامل مع تكنولوجيا جديدة. أما أقل القليل من الوقت والجهد والموارد، فيخصص لإعداد البشر أنفسهم العاملين في تلك المنظمة، وتهيئتهم للتغيير المنشود.

ومنذ نشر كتاب "جوهر التغيير"، وأنا أسافر (دان كوهين) إلى بلاد كثيرة حول العالم، وأتقابل مع قادة الكثير من المنظمات الكبرى، وأتحدث معهم عن

موضوع التغيير. ولقد تبين لي أن معظمهم يرى - من واقع خبرته العملية - أن أهم سبب لفشل التغيير في أي منظمة هو عدم تهيئة العاملين في المنظمة لهذا التغيير وإعدادهم له بالشكل المناسب، وعدم القدرة على جعلهم شركاء حقيقيين في هذا التغيير.

والسؤال الذي يطرح نفسه الآن: إذا كان قادة المنظمات يعترفون بأن سبب فشل التغيير يكمن في البشر العاملين في المنظمة المراد إجراء التغيير فيها، فلماذا لا يراعون ذلك ويأخذونه في الاعتبار منذ بداية تفكيرهم وإعدادهم للتغيير؟. والإجابة - ببساطة - هي لأن ذلك يتطلب قدرا كبيرا من الوقت والجهد. ومن ثم، فإنهم يركزون على الجوانب التقنية بدلا من ذلك، ويتوقعون أن الأفراد العاملين سوف يتوافقون بصورة آلية مع هذه التغييرات. ومما يؤكد هذا ما نسمعه كثيرا من قادة المنظمات، كأن يقول أحدهم: "إن هذا ما سوف نتبناه ونفعله، وعليكم أيها العاملون أن تقبلوه وتعاملوا به وتعملوا من خلاله". وبالطبع، فإنه في ظل مثل هذا التفكير لا يمكن أن ينجح أي تغيير؛ لأنك تفرض التغيير على العاملين فرضا، دون أن تشركهم فيه، بل ولا تجعلهم أصحابه الحقيقيين.

ومن هذا المنطلق تأتي أهمية الخطوات الثلاث التي يشملها هذا الباب، والتي تهدف إلى تهيئة المناخ العام في المنظمة لقبول التغيير وتنفيذه. فلا بد من وجود درجة عالية من الدافعية والشعور بالحاجة الماسة للتغيير، وإدراك العاملين في مختلف المستويات الوظيفية في المنظمة أن التغيير أصبح أمرا ملحا بالنسبة لهم ومنظمته، ومن ثم يجب السعي إلى تحقيقه (الخطوة الأولى). وكذلك يصعب - إن لم يكن من المستحيل - نجاح تنفيذ أي تغيير في المنظمة دون تكوين الفرق الموجهة للتغيير، وإعدادها بالشكل المناسب. فلا يكفي أبدا أن يكون هناك فريق لقيادة عملية التغيير، بل لا بد أن يكون التغيير محل اهتمام الجميع، ويخطط له، وينفذ قطاعات كثيرة من مستويات وظيفية مختلفة، حتى يمكن تخليق "قوة دفع" في المنظمة ككل، وبالتالي وجود "التزام" عام من جميع العاملين أو أغلبهم بإجراء هذا التغيير بنجاح. فلا يكفي مجرد وجود فريق قيادة واحد، بل لا بد من تكوين عدة فرق من كل المستويات الوظيفية لقيادة هذا التغيير (الخطوة الثانية)، ويأتي بعد ذلك ضرورة وضع "رؤية" واضحة يُلْتَف حولها الجميع في المنظمة، ويسعون جاهدين إلى العمل في إطارها من أجل تحقيقها (الخطوة الثالثة).

وعلى ذلك، فإن الفشل في تهيئة المناخ الملائم للتغيير يجعل نجاح هذا التغيير محل شك كبير، وذلك لعدة أسباب أهمها أنك تعطى بذلك الفرصة للأفراد المقاومين

والرافضين للتغيير، لإقناع الآخرين من الموافقين على التغيير والمؤيدين له، بأن يغيروا مواقفهم، وألا يتمسكوا بهذا "الجديد المجهول القادم إليهم"، ومن ثم ينضمون إليهم، وتزداد قوتهم. وبالإضافة إلى ذلك، فإننا إذا افترضنا جدلاً إمكانية تنفيذ التغيير في مناخ غير ملائم وغير مهياً له، فإن ذلك يستغرق وقتاً طويلاً، ويكون أكثر تكلفة سواء في المجهود المبذول أو في الجانب المالي.

ولمساعدتك على فهم كيفية التحرك لتهيئة المناخ الملائم للتغيير، وما يجب عليك عمله خلال الخطوات الثلاث الأولى لعملية التغيير، أقترح عليك قراءة الخطوات الثلاث التالية. التي تركز على أن توضح لك عملياً كيفية تهيئة مناخ ملائم للتغيير في منظمك، مع العلم بأهمية بقاء هذا المناخ قائماً عبر عملية التغيير كلها ومختلف خطواتها التالية، ومن ثم، فأنت في حاجة إلى إعادة الرجوع باستمرار إلى تلك الخطوات الثلاث، حتى ولو كنت في مرحلة من التغيير تالية لها، وذلك لأنه لا بد أن تتأكد دائماً أن الأفراد في منظمك يرون ويشعرون بأنهم يقومون بالتغيير في مناخ آمن ومدعم لهذا التغيير وميسر لنجاحه.

الخطوة الأولى: زيادة الشعور بالحاجة للتغيير

الخطوة الأولى في جهود عملية التغيير الناجح في أي منظمة من المنظمات هي أن نجعل أكبر عدد ممكن من العاملين في تلك المنظمة يشعرون بأهمية إجراء التغيير في منظمهم ويدركون دلالة ذلك. فأني جهود التغيير تقوم بها، دون إحداث تلك الحالة المرتفعة من الشعور بالحاجة للتغيير وزيادة إلحاحيته، لن تنجح في تحقيق أهدافها، وإنجاز التغيير بالصورة التي ننشدها.

هدف الخطوة

لكي نجري تغييراً ناجحاً، فلا بد أن تكون آمال ورغبات وطموحات المنظمة أعلى وأكبر كثيراً مما هو موجود وقائم بالفعل. ولا بد أن يؤمن العاملون أن إجراء تغيير ما في منظمهم شيء ضروري لتحقيق تلك الآمال والأهداف المرغوبة. أي أن تكوين تلك الحالة من الحاجة للتغيير والشعور بمدى إلحاحيته، هي أول ما يضمن تعاون العاملين في المنظمة معنا وامتلاكهم لقوة الدفع والروح المعنوية المرتفعة للتغيير. وللأسف، فإن معظم المديرين يتجاهلون تلك الخطوة المهمة، ربما لأن تكوينها بالشكل المطلوب ربما يستغرق الكثير من الوقت والجهد.

وتشير نتائج العديد من الدراسات إلى أن الأفراد تحتاج أولاً لأن تعايش ما يحدث في المنظمة لكي تنفعل به، بمعنى أننا لكي نجعل الأفراد يميلون انفعاليا تجاه

التغيير ويحبونه ويرغبونه، بحيث تكون اتجاهاتهم إيجابية نحوه، فلا بد أن نجعلهم يلمسوا بعضاً من آثاره الإيجابية ومتربته المفيدة لهم. ويعنى ذلك أن على المديرين أن يحددوا - في البداية - مظاهر كل من الخوف والغضب والرفض والرضا والراحة والقبول في منظمته، حتى يستخدموها في خطة رفع الإلحاحية للتغيير، والشعور بالحاجة إليه، وتحسيس العاملين له وإعدادهم لبذل المجهود اللازم لإنجاحه.

ومعنى ذلك: أن الشروع في عمل أى تغيير دون أن ننجح في خلق حالة من الشعور بضرورته وأهميته للعاملين، يشبه مَنْ يريد الطيران دون التزود بالوقود الكافي. فالشعور بالحاجة للتغيير هو وقود أى عملية تغيير ناجحة. فمن أكثر الأخطاء شيوعاً في الكثير من المنظمات هو الاعتقاد بأن النجاح الحالى يضمن - في حد ذاته - النجاح في المستقبل. وهذا الاعتقاد الخاطئ يؤدي عادة إلى حالة من الاستكانة والسلبية وشبه الجمود، وبالتالي عدم الشعور بالحاجة للتغيير. والإدارة الناجحة هي التي لا تقع في هذا الفخ، وتدرك أن إحدى أهم مهامها أن تجعل العاملين دائماً وأبداً في حالة شعور بأهمية التغيير، وممارسة له، حتى ولو كان بسيطاً أو بطيئاً، وذلك لكي يكونوا في حالة من الوعي والمتابعة لكل ما يحدث في السوق، وكل ما يمكن أن يؤثر فيهم.

إن علامات الصحة لأي منظمة تتمثل في أن تكون في كل الأوقات والظروف على درجة مناسبة من إلحاحية التغيير، وأن تدرك أن التغيير ليس عملية وقتية أو حدثاً طارئاً له بداية ونهاية زمنية، وإنما هو عملية مستمرة ودائمة، وأن هذا هو الضمان الوحيد لاستمرار وجودها في السوق ونجاحها الدائم في المنافسة.

الإجراءات

إن خلق مناخ عام للشعور بالحاجة للتغيير ومدى إلحاحيته وأهميته وضرورته لأي منظمة يتطلب مراعاة ثلاث نقاط أساسية: تتمثل الأولى في إعداد تصور منطقي وقائم على معلومات وبيانات مؤكدة وموثقة يتم فيه التوضيح التام للفجوة الموجودة بين ما هو قائم في المنظمة، وما يمكن أن تكون عليه، وكيف يمكن للمنظمة أن تكون أحسن وأكفاً كثيراً مما هي عليه الآن في ظل التغيير. ومعنى آخر نقدم تصوراً للمبادئ والأسباب المنطقية التي تحتم إحداث تغيير في المنظمة. وتتمثل النقطة الثانية في تحديد مصادر الشعور بالرضا في المنظمة والعمل على إضعافه أو إزالته. وأخيراً تُعنى النقطة الثالثة بتوضيح أدوار كل من القادة

والمديرين في تنفيذ فعاليات التغيير. وفيما يلي نعرض لكل نقطة من تلك النقاط الثلاث بقدر من التفصيل:

النقطة الأولى: تحديد أسباب التغيير ومبرراته

لكي تحصل على موافقة وتأييد القيادة العليا في المنظمة ودعمها للتغيير المقترح، فلا بد أن تقدم لها عرضا منطقيا للأسباب والمبررات التي تبرز أهمية التغيير وحاجة المنظمة الملحة له. ويجب أن يكون هذا التصور مدعوما برؤية واضحة وحجج منطقية مبنية على أساس متين من المعلومات العلمية والبيانات الواقعية، وكذلك عليك أن توضح فيه المترتبات الإيجابية المتوقعة لتنفيذ هذا التغيير، وفي إعدادك لهذا التصور يجب القيام بما يلي:

- 1- إلقاء الضوء على العيوب والثغرات القائمة، التي يتسم بها الأداء الحالي للمنظمة.
- 2- تجميع معلومات كافية عن كل من إجمالي دخل المنظمة ونفقاتها، وثمان ما في مخازنها، وشكاوى العملاء والوضع التنافسي لها والروح المعنوية للعمال ودورة رأس المال...الخ.
- 3- تصميم مقاييس واضحة للتقييم.
- 4- معرفة أقسام ومجالات المنظمة التي تعاني من ضعف القدرة على المنافسة مع مثيلاتها في المنظمات الأخرى المشابهة.
- 5- معرفة مواضع القوة في المنظمة معتمدا على آراء وشهادات من العاملين في المنظمة وعملائها المهمين والمساهمين فيها (أصحاب الأسهم) سواء السابقين أو الحاليين.
- 6- تجميع معلومات عن أخطاء المنظمة وخبراتها الفاشلة سواء الحالية أو السابقة، والفرص الضائعة التي لم تستفد منها أو تحسن استغلالها.
- 7- تجميع معلومات عما يشهده السوق من جوانب تطوير، سواء في المجالات الصناعية أو الاقتصادية أو التكنولوجية، والتي يمكن أن تسهم إيجابيا، ويكون لها دور فعال فيما سوف يتم في المنظمة من تغيير.

ويجب أن نؤكد أن إعداد هذا التصور المنطقي وصياغته لا يكفي وحده لزيادة الشعور بالحاجة للتغيير. فالحاجة للتغيير يجب أن "تُرى"، أي يراها الأفراد ويلمسونها، وذلك حتى ننجح في شحنهم انفعاليا، بحيث تتولد بداخلهم رغبة انفعالية (حُب) حقيقية للقيام بالتغيير. لا بد - إذن - من عملية دمج تام بين الحجج والأسباب المنطقية من جهة، والجانب الانفعالي من جهة أخرى. إن هذا المنهج هو

أهم أركان عملية التغيير الناجح. ومعنى هذا أنه لكي يكون التصور المقدم لرفع إلحاحية التغيير مؤثراً أشد درجات التأثير، فيجب أن يتضمن ما يجعل الأفراد يرون ويتصورون ويتمثلون كلاً مما يلي:

أ - الوضع الحالي: الحقائق والبيانات المقدمة عن أداء المنظمة، ووضع السوق من حولها، والوضع التنافسي لها. ويجب أن ننجح في جعل الأفراد ترى وتلمس أن هناك مشكلات في منظماتهم، وأن هناك حلولاً لها، لن تؤتي ثمارها إلا من خلال عملية تغيير تستلزم الاقتناع بأهميتها وضرورتها وتعبئة الطاقات من أجلها.

ب - المشكلة: يجب أن نلجأ إلى كل الوسائل التي تجعل الأفراد "تشعر" بالمشكلات القائمة ومدى خطورتها (التركيز على الجانب الانفعالي).

ج - المنافع: يجب أن نوضح ما سوف يصاحب التغيير، ويترتب عليه من منافع مادية وغير مادية للأفراد وللمنظمة كلها.

وعلى ذلك، فإن أية محاولات للتغيير سوف تفقد قوة الدفع اللازمة لها، إذا لم يكن مستوى الشعور بالحاجة للتغيير واضحاً ومفهوماً للجميع، ومحل الاهتمام والدعم المستمر في المنظمة، سواء بوسائل التواصل اللفظي أو غير اللفظي.

النقطة الثانية: تحديد مصادر الشعور بالرضا عن الوضع القائم لإزالتها

يمثل إضعاف أي مصدر من مصادر الشعور بالرضا عن الوضع القائم في المنظمة أو إزالته إحدى أهم الطرق التي تستخدم لزيادة الشعور بالحاجة للتغيير والوعي بمدى إلحاحيته. وفيما يلي بعض المؤشرات الدالة على الرضا عما هو قائم، وأساليب مواجهة كل منها بحيث يتم إضعافها أو إزالتها.

1- عندما يكون إدراك العاملين ورأيهم في المنظمة هو: "لا يوجد ما يبرر إجراء تغيير في الوضع الحالي"، فإنه يمكن إزالة تلك الحالة أو إضعافها عن طريق ما يلي:

أ - قدّم كل ما يمكن أن يشكك الأفراد في رأيهم عن وضعهم الحالي من خلال تقديم أمثلة واضحة ومحددة، معتمدة على ما جمعته من معلومات وبيانات.

ب - أكد على ضرورة السعي الدائم والمتواصل للتغلب على مشكلات الحاضر، لنكون أحسن حالا وأكثر ما نحن عليه الآن سواء على مستوى الأفراد أو المنظمة.

ج - وضح للمديرين وذكركم دائماً بالوضع التنافسي السيئ للمنظمة.

د - لا تكتفي بمجرد ذكر أو تحديد الأخطاء والثغرات الموجودة، بل اعمل على نشر ذلك، بحيث يعرفه الجميع، ويتحدثون فيه دائماً. أي اجعل تلك الأخطاء والعيوب موضوعاً للتواصل بين العاملين.

- هـ- وضح الأخطار الشديدة التي يرسخها استمرار الوضع الراهن على ما هو عليه.
- 2- عندما يكون هناك من تستفيد من الوضع القائم، بحيث إنهم يحققون من خلاله منافع شخصية ومميزات خاصة، وبالتالي يرون أن من مصلحتهم استمرار الوضع على ما هو عليه، فإنه يمكن إضعاف تلك الحالة أو إلزائها بأن تكون عادلاً، وفي الوقت نفسه في منتهى الحزم والشدة. وقم بإلغاء تلك المنافع الخاصة التي يجنيها بعض الأفراد من الوضع القائم مثل حجم مكاتبهم وفخامتها وبدلات السفر الباهظة والعمولات والمكافآت والمكاسب الاجتماعية التي يحصل عليها مثل هؤلاء الأفراد بصورة مبالغ فيها...الخ.
- 3- عندما يكون سقف معايير تقييم الأداء منخفضاً وضعيفاً ولا يشجع إلا على الكسل والخمول، فعليك أن تقوم بالآتي:
- أ - ضع أهدافاً كبيرة وممتدة زمنياً، بحيث لا يمكن تحقيقها بمستوى الأداء الحالي.
- ب- ضع أهدافاً يستلزم تحقيقها خلق حالة من التنافس الشريف في الأداء بين العاملين وذلك لكسر حالة البلادة القائمة.
- 4- عندما تكون المسئوليات غير محددة وأسس المحاسبة مائعة ولا يحدث تركيز على ربط ذلك بأداءات طويلة المدى، بحيث يكون التركيز على مجرد أهداف وظيفية محدودة النطاق، تتمثل في مجرد قيام الفرد بما يكلف به، فيمكنك أن تراعى الآتي:
- أ - ابدأ في القيام بما يجعل تقييم الفرد على أساس الأداء المستمر المتسلسل بُعْثَةً تحقيق هدف طويل المدى، وليس الأداء الوظيفي الذي يحقق أهدافاً محددة وضيقة النطاق.
- ب- قيم الأداء في ضوء مدى تحقيقه لأهداف مشتركة، أي في ضوء التعاون بين مختلف الأفراد والأقسام في المنظمة.
- ج- ساعد العاملين على أن يدركوا ويفهموا أن أداءهم الشخصي يؤثر في الأداء الكلي العام للمنظمة.
- 5- عندما يكون التركيز منصبا على مؤشرات الأداء الخاطئي (البحث عما في الأداء من أخطاء) وبالتالي وجود حالة من الخوف الشديد من المبادأة والتجريب، أي حالة من الخوف الشديد من الفشل، فعليك أن تفعل الآتي:
- أ - وضح للعاملين ما يؤكد عدم رضا العملاء عن أدائهم، وأن مؤشرات قدراتهم التنافسية تشير إلى ضعف وتخبُّط.

ب- وضح للعاملين المؤشرات التي يرغب العملاء في ضرورة توفرها في المنظمة، أى تلك التي يتضررون من غيابها ويتمنون وجودها. واجعل معظم العاملين يعرفون ذلك ويتناقشون فيه.

6- عندما تكون محكات تقييم أداء المنظمة داخلية فقط، أى أن تكون إدارة المنظمة وقادتها هى الحكم على أدائها، ولا تعتمد على معايير ومحكات خارجية، فعليك أن تؤكد أهمية أن يعرف العاملون نتيجة أدائهم أو العائد منه من مصادر خارجية كعملاء المنظمة غير الراضين والمساهمين (أصحاب الأسهم) الساخطين...الخ.

7- عندما تكون ثقافة المنظمة من تلك التى تتجنب التحديات وتقتل روح المبادرة والابتكار لدى كل من يحاول ذلك، فعليك أن تراعى الآتي:

أ - قم بإجراء حلقات نقاشية مع الإدارة واعتمد على معلومات مستمدة من مصادر خارجية لإثارة تلك المشكلات وإبرازها على السطح وبيان أهميتها.

ب- تأكد أن ما يتم في تلك المناقشات محل اهتمام الإدارة وأنه يتم تدوين تلك الملاحظات وتحديد الشخص (أو الأشخاص) المسئول عن جوانب النقص والقصور.

ج- بهدوء ونظام: شجع على إجراء مناقشات بين مجموعات من العاملين، بحيث تكون مناقشات حرة ومفتوحة وتتسم بالنقد البناء لما هو قائم.

8- عندما يشيع بين المديرين ما يسمى بثقافة الإنكار. ونعنى بذلك انغماس المديرين فيما يقومون به من أعمال وشعورهم بالضغوط المستمرة مما يجعلهم وكأنهم في حالة جهل ولا يريدون أن يتحملوا مسئولياتهم، فإن ما يجب عمله في هذه الحالة هو:

أ - أمطر هؤلاء بأسئلة كثيرة وسريعة ومتتابة حول مستقبلهم وفرصهم الوظيفية، وأظهر لهم أن وضعهم الحالى لا يبشر بمستقبل أحسن بالنسبة لهم، وما يمكن أن يعود عليهم من منافع وإيجابيات إذا تخلصوا من تلك الحالة وسعوا للعمل الجاد من أجل هدف أكبر وأعظم يحقق طموحاتهم. باختصار "أيقظهم" مما هم فيه، واكسر حالة الإنكار والتجاهل هذه.

ب- أكد لهم أن "تحقيق الآمال" ليس بالتمني، وأن الأفعال فقط هى التى تؤدى إلى التغيير الناجح، وأن تجاهل الوضع الحالى وإنكاره سيؤدى إلى مزيد من الهبوط والتدهور.

- 9- عندما تكون الإدارة العليا للمنظمة كثيرة التفاخر بإنجازات وإيجابيات قائمة بالفعل، ولكنها تحققت بناء على جهد ونجاحات سابقة، فقم بما يلي:
 - أ - شجع معهم تلك النجاحات وعظمها ومجدها، ولكن ليس بمنطق التغنى بالماضي بل باعتبارها خطوة على طريق مواجهة تحديات الحاضر والتقدم نحو التغيير.
 - ب- شجع على حدوث مناقشات حول تحديات المستقبل وضرورة مجابته، وانشر ذلك بين جميع العاملين كتابيا أو لفظيا.
 - ج- اجعل عددا من اللقاءات أو الاجتماعات الرسمية للإدارة العليا للمنظمة يدور حول ماهية الأخطاء الموجودة حاليا في المنظمة أو طبيعة ما تفتقده المنظمة.
 - د- اجعل الحوارات والمناقشات تركز على الحل أكثر من تركيزها على مجرد تشخيص الوضع القائم، بحيث تعنى بكيفية حل وتحسين ما هو قائم، وليس مجرد وصف لما هو سائد أو تشخيص له.

النقطة الثالثة: توضيح أدوار القادة والمديرين في فعاليات التغيير

- إن الدور الأساسي لقيادات المنظمة في تلك الخطوة الأولى من خطوات التغيير هي أن تجعل الحاجة للتغيير واضحة لكل العاملين في المنظمة، بحيث يشعر كل منهم بأهميته ويرى دلالته. ويمكن لقيادة المنظمة القيام بذلك عن طريق:
- 1- أخذ عملية التغيير مأخذ الجد وكأنها قضيتهم الشخصية وشاغلهم الشاغل.
 - 2- يوضحون للآخرين مآثر وإيجابيات المنظمة في الماضي ووضعها الحالي غير الملائم، وتصورهم لوضعها المستقبلي، وما يستلزمه ذلك من مواجهة التحديات القائمة.
 - 3- إعادة التأكيد على فكرة أن السوق ليس ثابتا، وأن الأوضاع لا تظل كما هي، وذلك نظراً لما يحدث من تطورات وتغييرات في البيئة الخارجية المؤثرة في المنظمة أو ذات العلاقة بها.
 - 4- التأكيد على ضرورة رفض حالة الجمود والاستقرار السلبي في المنظمة، والاقتناع بأن نجاحها في الماضي لا يعنى أنها ستنجح في المستقبل إذا ظل الوضع الحالي قائماً.
 - 5- التواصل مع جميع العاملين بخصوص إبراز مدى الحاجة للتغيير وحثهم على إدراك أهمية ذلك، بحيث يكون هذا الموضوع محور أحاديث العاملين ومناقشاتهم.
 - 6- مساعدة المديرين على القيام بأدوارهم ومسئولياتهم ذات الصلة بالتغيير.

- 7- تشجيع جميع العاملين في المنظمة على تقديم الأفكار والمقترحات التي يمكن أن تفيد في فعاليات التغيير.
- 8- قيادة وتوجيه القيادات الأخرى الأقل في درجات التسلسل الإداري فيما يجب أن يفعلوه للتغلب على تحديات التغيير أو صعوباته.
- 9- عدم تجاهل المشكلات الكبرى، والتحلي بالجرأة والشجاعة في مواجهتها والتعامل معها.

وربما يعتقد البعض - خطأ - أنه إذا كان رؤساء مختلف الوحدات والأقسام في المنظمة يتمتعون بقدر معقول من الاستقلال والإدارة الذاتية لوحداتهم وأقسامهم، فإنه من الممكن أن يتولوا مهمة إنجاز التغيير في تلك الوحدات والأقسام. والواقع أن هذا لا يمكن أن يحدث بالشكل المطلوب، إلا إذا كان هناك تدخل فعال ودعم وتوجيه ومتابعة مباشرة من القيادات العليا. بمعنى أنه مهما كانت درجة استقلالية الوحدات والأقسام، فلا غنى عن الدعم القوي من القيادة العليا. ويمكن لرؤساء الوحدات أو الأقسام القيام بأدوارهم في التغيير من خلال:

- أ - تجميع المعلومات عن الأداء الفعلي داخل أقسامهم ووحداتهم.
- ب- إشراك الإدارة العليا والتواصل المستمر معها بخصوص تلك المعلومات، وذلك للحصول على تأييد المستويات العليا للتغيير واسع النطاق وإبداء التزامهم به.
- ج- أن يكونوا بمثابة القدوة والنموذج للسلوك المرغوب من التغيير أمام العاملين.
- د- أن يعطوا لأنفسهم الوقت الكافي لفهم المعنى الحقيقي للتغيير.
- هـ- أن يوضحوا لمرءوسيهم أنهم موضع محاسبة سلباً أو إيجاباً بناء على نتائج التغيير التي ستحدث.

النتائج

تتمثل النتيجة المأمولة من تلك الخطوة في أن يحدث تحول جوهري لدى العاملين في المنظمة في اتجاه الشعور بالحاجة للتغيير. ويكون هذا التحول في أحسن حالاته وفي صورته التي نأملها وننشدها، إذا كان قائماً على كل من القناعة العقلية بأهمية التغيير والقبول الانفعالي له. ويمكننا النجاح في تحقيق الشق الأول (إدراك أهمية الحاجة للتغيير بناء على قناعة عقلية) بالاعتماد على البيانات والمعلومات الواقعية (الجوانب المالية وجانب التسويق وحالة السوق...الخ) والتي توضح للعاملين بالأرقام ما يواجهه المنظمة من مشكلات وتحديات تستوجب التغيير. أما النجاح في الشق الثاني (حب التغيير والميل إليه على أسس انفعالية)، فيتم بتقديم

كل ما يمكن أن يلفت انتباه العاملين ويستثيرهم، ويولد بداخلهم درجة عالية من الطاقة والدافعية والرغبة نحو التغيير. والوضع المثالي أن يتكون كلا الجانبين معا لكي يحدث مستوى مرتفع من إلحاحية التغيير والشعور بأهميته مما يسمح بانطلاق جهود التغيير بشكل ناجح.

الخطوة الثانية: تكوين الفرق الموجهة للتغيير إعدادها

إذا نجحنا في رفع مستوى إلحاحية التغيير وإبراز مدى الحاجة إليه (الخطوة الأولى)، فسوف نجد أن الكثيرين داخل المنظمة يبدون الرغبة في المشاركة في عملية التغيير، والمساهمة الفاعلة فيها بدافعية مرتفعة، وتقديم العون للقيادة، حتى ولو لم تكن هناك مكافآت شخصية يحصلون عليها مباشرة. لذا يتعين علينا في هذه الحالة أن نُحسِّن اختيار الفرق اللازمة لتوجيه عملية التغيير وإدارته ممن هم جديرون بالثقة وذوو الالتزام الانفعالي ولديهم استعداد للعمل بروح الفريق، وإعدادها بالصورة المناسبة.

هدف الخطوة

لا يمكن لأي شخص بمفرده مهما كانت إمكانياته وقدراته أن يتولى مهمة توجيه عملية التغيير في أي منظمة من المنظمات. فنجاح عملية التغيير وتحقيقها لأهدافها المنشودة يتطلب ليس فقط أكثر من فرد، بل أكثر من فريق عمل واحد قادر على إنجاز هذه المهمة بنجاح. فبدون إعداد تلك الفرق بشكل ملائم، فإن فعاليات التغيير نادرا ما تجد التأييد والطاقة الدافعة وسرعة الإنجاز والشعور بأهميته والحاجة إليه وغيرها من العوامل اللازمة لنجاحه. لذلك، فإن هدف هذه الخطوة هو إعداد فرق التوجيه الفعالة التي تتميز ليس فقط بمصداقية التأثير على العاملين على مستوى القاعدة، ولكن التعهد بتوجيه المنظمة خلال عمليات التغيير نفسه.

الإجراءات

يجب أن يتم تكوين فرق التوجيه وفق الشروط التالية:

- 1- اختيار أنسب الأفراد وأكفأهم لتلك المهام.
 - 2- تحديد أهداف كل فريق بصورة واضحة لا غموض فيها.
 - 3- خلق مناخ من الثقة والالتزام داخل كل فريق وبين مختلف الفرق.
- ونعرض لتلك الشروط بقدر من التفصيل على النحو التالي:

(1) اختيار أنسب الأفراد وأكفأهم لتلك المهام

أ - الأدوار المحورية

يتحدد كل من حجم وطبيعة فرق توجيه التغيير في منظمة ما على طبيعة وحجم التغيير المراد إحداثه في تلك المنظمة. ومن ثم، فإن القيادة الفعالة للتحويل الجوهرى أو واسع النطاق في منظمة ما يتطلب مساهمة الأطراف التالية، وتحديد الأدوار النسبية لكل منها:

1- الراعى الرسمي (المسئول الأول)

عادة ما يكون الراعى الرسمي للتغيير شخصا يشغل منصبا تنفيذيا عاليا في المنظمة، ويكون لديه الصلاحيات التى تؤهله للوفاء بمتطلبات عملية التغيير وتحمل كافة مسؤولياتها. ويتمثل دور هذا الشخص فى توفير كافة أشكال الدعم والموارد اللازمة لانطلاق جهود التغيير ومواصلة فعاليتها. هذا بالإضافة إلى مشاركته الأساسية فى اختيار أعضاء الفريق الأساسى لتوجيه التغيير والمكون من قيادات الصف الأول فى المنظمة.

2- فريق التوجيه الأساسى المكون من القيادات العليا

يتكون هذا الفريق من مجموعة من الأفراد لكل منهم سلطته ونفوذه فى مجاله (الإدارة التى يعمل فيها)، بحيث يمكنه اتخاذ القرارات وتوفير الموارد، سواء المالية أو غير المالية، اللازمة لنجاح عملية التغيير عبر مراحلها المختلفة. ويجب أن يتم تكوين هذا الفريق مبكرا، عند بداية التخطيط لعملية التغيير، ذلك لأن أهم مهامه الأساسية وضع الرؤية العامة للتغيير، ثم يتولى توجيه العملية من أولها وحتى اكتمالها وتحقيقها لأهدافها المنصوص عليها فى تلك الرؤية.

ويختلف هذا الفريق تماما عما يوجد فى بعض المنظمات تحت مسمى "لجنة الإشراف" أو "لجنة التوصيات"، والتى تتولى تقديم المقترحات ومتابعة تنفيذها. فريق التوجيه الذى نتحدث عنه هو مجموعة من قيادات الصف الأول يتم اختيارها بهدف وضع استراتيجيات التغيير المنشود وآليات تنفيذها. فهم المسئولون عن وضع الاستراتيجية وتوفير الموارد وإزالة الصعوبات والمعوقات الإدارية والمالية وتحديد الأولويات فى عملية التغيير، والتواصل الفعال مع العاملين فى المنظمة، وحل ما يواجهها من صعوبات أثناء سير فعاليات التغيير. وفى بعض الحالات عندما يكون التغيير المنشود كبيرا وواسع النطاق، فإن ذلك ربما يتطلب تشكيل أكثر من فريق عمل واحد من هذا المستوى القيادي.

3- فرق التوجيه الميداني

يجب أن تتكون تلك الفرق من الأفراد الذين يتمتعون بالاحترام والتقدير من زملائهم، وأن يكونوا محل ثقة المتعاملين معهم. ويجب كذلك أن يمثلوا الأقسام والإدارات المختلفة في المنظمة. ويتمثل الدور الأساسي لتلك الفرق في النهوض بالرؤية العامة للتغيير، أي بث الروح فيها، وذلك عن طريق تبنيها ونشرها وتهيئة المنظمة لها وتبني مبادرات التغيير التي تؤدي إلى إتمامه بشكل ناجح تبعا للرؤية. ومعنى هذا أن تلك الفرق تتكون في المرحلة التي يبدأ فيها "مو جنين التغيير" وبدء تشكيل ملامحه، حيث يكون تواصلهم مع العاملين في المستويات الأقل أمرا ضروريا لنجاح خطة التغيير.

4- فرق التغيير

تتكون تلك الفرق من المديرين والمشرفين الذين يمكنهم بحكم مواقعهم في المنظمة التأكد من أن إجراءات التغيير تتم على أرض الواقع بالشكل المطلوب وفي المواعيد المحددة، وما إذا كانت مهمة معينة قد اكتملت أو لا. وكذلك يمكنهم تقديم الدعم والمساعدة في تصميم برنامج التغيير وتنفيذه على أرض الواقع. وتتكون تلك الفرق عندما نصل إلى مرحلة التحديد الدقيق للمهام والإجراءات الفعلية اللازمة لفعاليات عملية التغيير.

ويبقى أن نؤكد هنا أنه بالإضافة إلى أن تكوين فرق التوجيه الفعالة خطوة مهمة لنجاح عملية التغيير الذي تنشده المنظمات، فإن اختيار القادة المؤثرين وذوى النفوذ ليكونوا أعضاء هذه الفرق هو الذى يحقق النجاح المنشود. لهذا فإن تكوين فرق التوجيه ومدى فاعليتها هو الهدف الذى سيتم التركيز عليه فى الجزء المتبقى من هذا الفصل.

ب- المهارات والخصائص التى يجب توافرها فى فرق التوجيه

لكى تنجح تلك الفرق فى مهامها، فلا بد أن يكون أفرادها ممن يتمتعون بالمعرفة والخبرات الضرورية اللازمة لحسن أدائهم لعملهم، ومهارات التواصل الفعال مع زملائهم ومرءوسيههم، وأن يكونوا من أولئك الذين لهم دائما وجهة نظر فى مختلف الموضوعات وقادرين على التعبير الحر عن آرائهم ويمتلكون الجرأة وروح الإقدام وتحدى الصعوبات.

ج- العدد المثالى لأعضاء فريق التوجيه

قلنا إنه من الضرورى أن يتضمن هذا الفريق أعضاء يمثلون الجماعات والقطاعات المختلفة فى المنظمة. ورغم ذلك يجب أن نكون واعين بأن الأعداد

الكبيرة لفرق التوجيه تكون نقطة ضعف في بعض الأحيان؛ ذلك لأن العدد الكبير ربما لا يساعد على اتخاذ القرار السليم في الوقت المناسب. والقاعدة هي مراعاة أن يكون هناك توازن بين كون العدد صغيرا، وفي الوقت نفسه ممثلا للجماعات والقطاعات المؤثرة في المنظمة، وقادرا على العمل بروح الجماعة بما تشمله من تعاون وثقة متبادل بين أعضائها. وكقاعدة عامة يستحسن ألا يزيد عدد فريق التوجيه عن اثني عشر شخصا.

د- تمثيل مختلف الآراء ووجهات النظر في فرق التوجيه

رغم أهمية وجود قدر كبير من التشابه والتقارب في نسق القيم ومستوى الدافعية بين قادة عملية التغيير كي يتمكنوا من العمل كفريق قوى ومتناغم يستطيع دفع عملية التغيير في مسارها المأمول، فإنه من الضروري أيضا أن تشمل فرق التوجيه على أفراد نعى تماما أنهم رافضون للتغيير ويعارضونه، بل ويقاومونه بشدة. والمنطق وراء ذلك هو أن هؤلاء المقاومين للتغيير سوف يمثلون مصدرا مهما نستفيد منه في معرفة أشياء مهمة ربما لا نكون واعين بها أو جوانب أساسية ربما لم نكن نراها جيدا أو نعرف حقيقتها فيما يتعلق بعملية التغيير. كذلك من المفيد جدا أن نسمع حججهم ومدى وجاهتها، ثم نحاول أن نفندھا ونرد عليها بمبررات عقلانية وليست انفعالية، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى تغيير اتجاهات هؤلاء الرافضين ويجعلهم بعد ذلك من أقوى المؤازرين للتغيير وأشد الداعمين له. إن وجود المعارضين للتغيير في البداية أمر ضروري ومفيد إذا ما أحسن الاستفادة منه، وبخاصة الأفراد الذين يتمتعون بالعقلية الناقدة وإدراك المشكلات؛ ذلك لأنهم يقومون بدور "المرآة" لواقع معين أو لأشياء يمكننا الانتباه إليها والاستفادة منها عند إجراء التغيير. ولكن إذا ظل هؤلاء المعارضون على موقفهم، وتحولوا إلى معارضين فقط من أجل المعارضة، واستمروا في إظهار عدم موضوعيتهم وجمودهم وتشددهم الذي لا يستند إلى مبررات موضوعية أو حجج عقلية، فإن وجودهم يصبح مشكلة، ويجب استبعادهم على الفور من الفريق، واستبدالهم بآخرين.

هـ- تغيير أعضاء فريق التوجيه

من الضروري ألا يظل أعضاء فرق التوجيه ثابتين عبر مختلف مراحل التغيير، بل يجب تغييرهم، بحيث يتم استبدال من يشعر بالتعب والإجهاد وضم أعضاء جدد يملكون الخبرة الملائمة لمرحلة التغيير التي وصلنا إليها أو نكون

بصد تنفيذها، بحيث يكون هؤلاء الجدد أكثر نفعا من غيرهم في تلك المرحلة وأكثر دافعية.

ومن الأخطاء الشائعة والخطيرة التي يقع الكثيرون فيها هنا أنه عندما يتقدم التغيير وتبلور رؤيته ويتم قطع شوط فيه، يتم ضم قيادات أقل وظيفيا إلى فريق التوجيه الرئيسي بدلا من قيادات أعلى منهم. فلا بد أن تظل القيادات العليا وبخاصة التنفيذية موجودة دائما ومشاركة بفاعلية، ولا تستبدل بقيادات أقل منها، حتى لا تصل رسالة خاطئة للعاملين بأن قوة الدفع قد ضعفت أو توقفت، وبالتالي ينسحب ذلك على دافعيتهم ورغبتهم في مواصلة العمل. لذلك يجب علينا كلما تقدمت جهود التغيير وأصبحت أكثر قوة ورسوخا أن نشكل فرق توجيه أخرى إضافية؛ وذلك لمزيد من رعاية التغيير ودعمه وتقويته.

(2) وضع أهداف محددة وواضحة لفرق التوجيه

إن عدم وضع أهداف محددة وواضحة لكل فريق من فرق التوجيه، سوف يؤدي إلى ضياع الوقت والجهد، ولن تكون تلك الفرق إلا مصدرا للنزاع والصراع فيما بين أعضائها. وللتغلب على تلك المشكلات يجب أن تتكون الفرق وفق المعايير الخمسة التالية:

أ - وجود شعور عام ومشترك بالهدف

أي أن يكون الهدف المكلف هذا الفريق بتحقيقه واضحا ومحددا ومفهوما بنفس الصورة لدى جميع أفراد الفريق، ومتناغما مع توجه المنظمة.

ب- وضوح الأدوار والمسؤوليات

لا بد أن يعرف كل فرد من الفريق دوره الخاص وحدوده وأدوار الآخرين وحدودها، وأن يكون موافقا وراضيا عن ذلك، ومقتنعا بحدود دوره من أجل العمل بفاعلية لتحقيق الأهداف النوعية الخاصة بكل منهم.

ج- القيام بعمليات الفريق بفاعلية

يجب أن يكون أعضاء الفريق قادرين على القيام بمختلف العمليات الفعالة للجماعة والتي تكفل لها تحقيق أهدافها بكفاءة مثل عقد اللقاءات والتخطيط الجيد وحل المشكلات واتخاذ القرارات وإدارة الصراعات التي يمكن أن تنشأ أثناء سير العمل، وأداء كافة المهام المكلف بها لنجاح عملية التغيير. فهذا من شأنه دفع عملية التغيير والابتكار ومساعدة الفريق على العمل معا بفاعلية لتحقيق الأهداف الموكلة إليه.

د- العلاقات القوية بين أعضاء الفريق

يجب أن تكون العلاقات - سواء الشخصية أو علاقات العمل - بين أفراد كل فريق واضحة وقوية وتحكمها المودة والاحترام المتبادل من أجل تحقيق الأهداف العامة بفاعلية، ويتم ذلك من خلال التوازن المناسب في قيم الأفراد مثل درجات الالتزام بالتواصل الصريح والثقة في الزملاء والتعامل الأمثل مع الصراع...الخ.

هـ- التفاعل البناء بين أعضاء فرق التوجيه

إن نجاح أى فريق للتوجيه وفعاليته وقدرته على تحقيق أهدافه تتأثر بشدة - سلباً وإيجاباً- بعلاقاته وتفاعلاته مع فرق التوجيه الأخرى. لذلك يجب أن تكون العلاقة بين فرق التوجيه مماثلة للعلاقة بين أعضاء الفريق الواحد من حيث قوتها وحرص أعضائها على بعضهم البعض، والعمل بروح الفريق.

(3) خلق مناخ عام من الثقة والالتزام بين أعضاء فريق التوجيه

يتمثل الشرط الثالث لتكوين فرق التوجيه في خلق مناخ من الثقة والالتزام بين أعضاء فرق التوجيه، سواء بين أعضاء الفريق الواحد أو بين أعضاء مختلف الفرق. فمناخ الثقة يحقق هدفين أساسيين هما إتمام ما نعد به، وأداء النشاطات الهادفة بمستوى يحقق توقعات الآخرين ويتجاوزها في أحيان كثيرة. فحينما تتحقق الثقة بين أعضاء الفريق، سوف نرى مناقشات صريحة وأمانة وتوجهات حرة في التعبير عن الآراء البناءة التى تحقق الأهداف. أما الفرق التى لا تستطيع تحقيق الثقة بين أعضائها، فلا تستطيع أن تعمل معا بتوافق وانسجام أو تؤدي وظائفها بالصورة المأمولة. فعندما توجد الثقة، فإنك تستطيع تكوين فريق العمل البناء، وعندما تفتقد ذلك، فإنك لن تستطيع، وسوف يكون الفريق ضعيفاً.

وبالإضافة إلى الثقة، يبرز الالتزام كشرط مهم عند تكوين فريق العمل الناجح. ويتمثل ذلك في السعى الدؤوب لتحقيق الهدف المشترك. ففريق العمل الحقيقي يوجد فقط عندما يريد جميع أعضائه تحقيق نفس الأهداف بالالتزام ورغبة صادقة.

النتائج

يمكنك أن تعرف أنك أكملت خطواتك الثانية هذه بنجاح، حينما تتبين أن فرق توجيه التغيير وقيادته:

- 1- تتكون من أفراد يمتلكون القوة والنفوذ والخبرة والمصداقية والقدرة على قيادة التغيير.

- 2- لدى أعضائها فهم مشترك لأهداف التغيير، ويعرف كل منهم - بدقة ووضوح - حدود أدواره ومسئوليته اللازمة لنجاح التغيير.
- 3- تم بناؤها على أساس من الثقة، ولدى أعضائها التزام انفعالي قوى تجاه التنفيذ الناجح للتغيير، وحس قوى بالعمل بروح الفريق.
- 4- يفهم أعضاؤها كل الطرق والأساليب الفعالة التي تيسر حسن الأداء، والانخراط في التغيير واستخدامها بكفاءة.

الخطوة الثالثة: صياغة الرؤية الصائبة للتغيير

تم في الخطوة السابقة تكوين الفريق الأساسي لقيادة التغيير، والذي تتمثل أهم مهامه في أن يطرح على نفسه عددا من الأسئلة ويحاول الإجابة عنها؛ ذلك لأن الإجابات الشافية عن تلك الأسئلة هي التي تمكننا من بدء السير على الطريق الصحيح لنجاح عملية التغيير واسع النطاق. من تلك الأسئلة: ما التغيير الذي نحتاجه؟ وما تصورنا لما يجب أن تكون عليه المنظمة بعد التغيير؟ وما الذي يجب أن نحافظ عليه ونسعى إلى استمراره وعدم تغييره؟ وما أحسن أسلوب لتحويل الرؤية المنشودة إلى واقع فعلي؟. وما استراتيجيات التغيير التي تعتبر خطيرة وغير ملائمة للمنظمة؟. والواقع أن فشل فريق التوجيه في الإجابة عن تلك الأسئلة بشكل موضوعي وواضح، وبالتالي فشله في تحديد الاتجاه الذي سيسلكه التغيير، ربما يؤدي إلى نتائج مأساوية سواء للعاملين أو للمنظمة ككل. والسبب في ذلك بسيط وهو أنه سيكون تغييرا مضطربا وعشوائيا، ويسير على غير هدى، تغييرا يفتقد إلى وجود ملامح محددة له، وتصور صائب لما يجب أن تصير إليه الأمور في المستقبل.

هدف الخطوة

إن خلق حالة من الشعور بالحاجة للتغيير والوعي بمدى إلحاحيته (الخطوة الأولى) تدفع العاملين إلى السعي العملي لإحداث تغيير ما، ولكنهم ربما يتحركون في اتجاه خاطئ وغير مدروس لا يحقق الأهداف المنشودة من إجراء التغيير. ومن هنا تأتي أهمية إعداد رؤية واضحة للتغيير، والتي تمثل هدف الخطوة الحالية. فهي البوصلة التي تجعل إجراءات التغيير تسير في مسارها السليم. وبالإضافة إلى ذلك، يجب أن نحسن اختيار أعضاء فرق توجيه التغيير (الخطوة الثانية) للتغلب على كافة الصعوبات التي تواجهها من أجل أن نرى الرؤية تتحقق على أرض الواقع.

والرؤية الجيدة هي التي تتيح لنا صورة مأمولة ودافعة للمستقبل، وتحقق مجموعة من الأهداف الأساسية أهمها ما يلي:

- 1- توضيح الاتجاه العام للتغيير. فالرؤية بمثابة "السيناريو" للتغيير المنشود، فكأنها تجسد التغيير في شكل صور متحركة نراها أمامنا، وتصور بدقة السلوك المطلوب لتنفيذ التغيير بنجاح في كل مرحلة من مراحله.
 - 2- تساعد على تحديد الإجراءات والسلوكيات التي يجب القيام بها وتدعيمها، والأخرى التي يجب إقصاؤها والتخلص منها.
 - 3- تساعد على وضع المعايير والمقاييس الملائمة لتحديد درجة تقدم التغيير في الاتجاه المأمول، ومدى نجاحه في تحقيق أهدافه، وذلك بحساب الفرق بين ما كنا ننشده وما حققناه بالفعل على أرض الواقع، وذلك في كل مرحلة من مراحل التغيير.
 - 4- تعمل على زيادة دافعية الأفراد للتقدم بخطوات ثابتة في المسار الصحيح للتغيير، حتى لو بدت تلك الخطوات لهؤلاء الأفراد على أنها ليست متناغمة معهم، إلا أن عليهم الالتزام بها؛ لأنها جزء من تلك الرؤية.
 - 5- تساعد على أن تكون هناك دائماً حالة من التناغم والتكامل بين سلوكيات وأداءات الجميع في المنظمة، وأن يتم ذلك بسرعة الأداء وكفاءته.
- وبمجرد أن يتم تقبل الرؤية الصحيحة، وتبنيها والتحرك في ضوءها، فإن عددا من الآثار الإيجابية والفوائد تبدأ في الظهور ومنها ما يلي:
- أ - يصبح التواصل بين الإدارة العليا والمديرين أكثر انسيابية وسلاسة، ولن يكون المديرون في حاجة إلى اجتماعات ولقاءات مستمرة أو تعليمات في كل خطوة يخطونها؛ ذلك لأن مرجعهم هنا أصبح واضحاً، وهو رؤية التغيير الصائبة التي تمت صياغتها.
 - ب- يستطيع العاملون تصور ما يجب عليهم أن يقوموا به دون متابعة مباشرة ولصيقة من المديرين أو الرجوع إليهم في كل كبيرة وصغيرة.
 - ج- تستطيع مختلف الجماعات في المنظمة أن تعمل بدرجة أعلى من الاستقلالية وتتعاون بتناغم.

الإجراءات

يتضمن تحديد الرؤية الصائبة للتغيير في منظمة ما أربع مراحل هي:

- 1- إيضاح مدى أهمية رؤية التغيير وضرورتها.
- 2- وضع الرؤية وصياغتها.

3- تحليل الرؤية.

4- دور فريق التوجيه الرئيسى فى وضع الرؤية وصياغتها.

وفيما يلى نعرض تفصيلا لكل مرحلة من تلك المراحل الأربع.

(1) إيضاح مدى أهمية رؤية التغيير وضرورتها

فى الخطوتين السابقتين (رفع الشعور بالحاجة للتغيير، وتكوين فرق التوجيه) انتهينا من تقديم تصور منطقي يوضح حاجة المنظمة للتغيير. وتم تكوين فريق توجيه التغيير من القيادات العليا فى المنظمة، وحدد أفراد هذا الفريق جوهر مشاكل المنظمة وأسبابها وتصورهم للتعامل معها...الخ، وكذلك تحدد لكل منهم دوره وأهدافه فى عملية التغيير. فلماذا نحتاج بعد ذلك إلى تكوين رؤية للتغيير؟. الإجابة أن الرؤية هى التى تجعل كل فرد من المشاركين فى عملية التغيير فى المنظمة يرى مدى الحاجة للتغيير بنفس الوضوح الذى يراه بها الآخرون. فالرؤية هى بوصلة للجميع وموجه موضوعى لسير إجراءات التغيير بالصورة المأمولة التى تحقق أهداف هذه الرؤية.

ولكى تكون الرؤية فعالة، يجب أن تكون واضحة ومثيرة لروح التحدى لدى الأفراد وقابلة للتحقيق الفعلى، وأن يكون عائد الالتزام بها محل الرضا النفسى والقبول الانفعالى لدى مَنْ سيشاركون فى تنفيذها. فالرؤية الجيدة هى التى تجعل الأفراد يفعلون، أى يخافون من الوضع الراهن، ويحبون الوضع المستقبلي بعد التغيير ويقبلون عليه بدافعية. ويجب أن تتكون الرؤية من عبارات بسيطة وواضحة وتتصف بالشمولية، وأن تدمج العناصر المشتركة معا، وأن تقوم على أساس بيانات واقعية وتصورات إبداعية، وأن تأخذ فى اعتبارها وجهات النظر المختلفة للموضوع المعين حتى تكون قابلة للتحقيق الفعلى على أرض الواقع.

إن الرؤية بتلك المواصفات هى التى تجعل المنظمة تسير فى المسار الصحيح من أجل تحقيق التغيير المنشود، وتشمل الأداءات والأهداف الصغرى التى يتعين تنفيذها مرحليا. فالأفراد والمجموعات فى مسار واحد وهدفهم جميعا هو تحسين المنظمة ككل والنهوض بها إلى الأفضل. ومعنى ذلك أن أى رؤية تفتقر إلى ما سبق تكون آثارها السلبية أكبر بالمقارنة بعدم تقديم رؤية من الأساس. فالخسائر المادية والبشرية للرؤية الخاطئة تكون شديدة الخطورة على الأفراد والمنظمة على حد سواء.

(2) وضع الرؤية وصياغتها

وضع رؤية التغير وصياغتها نشاط يتضمن جانبين: الأول منطقي وتقرييري، والآخر إبداعي. فهي تتضمن بيانات واقعية وموضوعية محددة لا خلاف في وجهات النظر حولها، وتتضمن أيضا "تألفا" إبداعيا بين رؤى ووجهات نظر أفراد كثيرين تتباين خصال شخصياتهم وتختلف قيمهم واتجاهاتهم...الخ. ولكيفية وضع رؤية ملائمة للتغيير في منظمة ما، وصياغتها بصورة مناسبة، يمكنك الاسترشاد بالخطوات التالية:

أ - اعقد جلسة عمل أولية مع أعضاء فريق التوجيه الرئيسي لوضع التصور الأول والمسودة الأولى لتلك الرؤية.

ب- قم بتجميع كل ما يتاح من البيانات والمعلومات التي تتعلق بحاجة المنظمة للتغيير، سواء المعلومات الكمية أو حتى القصص والحكايات التي يتم تداولها بين الأفراد، أو أية دلائل مادية أو واقعية في البيئة الخارجية التي تتعامل معها المنظمة، وحللها تحليلًا دقيقًا ومتأنًا من أجل تحقيق أفضل فائدة منها. فأى معلومات يمكنك الحصول عليها سوف تفيد في تحديد مكونات الرؤية وأبعادها ومراحلها...الخ. ومن كل تلك المعلومات كَوّن مقترحات مبدئية وتصورا أوليًا عن كيف يمكن للمنظمة أن تصبح في المستقبل "مختلفة" عما هي عليه الآن وأفضل من وضعها الحالي؟

ج- ناقش ما توصلت إليه في الخطوة السابقة مع الأفراد المهمين والمؤثرين في المنظمة. ومن خلال ما تسفر عنه تلك المناقشات، ضع تصورا للعناصر الأساسية للرؤية المقترحة.

د- حدد بدقة ووضوح السلوك المطلوب من كل من القادة والعاملين في المنظمة من أجل إنجاز التغيير المطلوب. وحدد كذلك السلوكيات والأفعال التي يجب التخلص منها، بحيث يتمكن العاملون في المنظمة من تخيل الصورة المستقبلية لمنظمتهم.

هـ- كرر الخطوات الثلاث السابقة، وفي كل مرة اجمع بيانات أكثر واحصل على عائد أكبر وأوضح (ردود فعل وآراء الآخرين واستجاباتهم فيما تصل إليه)، ونقح أفكارك وجوّدّها حتى تصل إلى الصورة المأمولة متبلورة وواضحة إلى الحد الذي يسمح لك بتحديد الاستراتيجيات والإجراءات العملية اللازمة للتنفيذ الفعلي للتغيير على أرض الواقع.

و- قم بعد ذلك بإعداد أدوات القياس المناسبة التي يمكن بواسطتها المتابعة الدقيقة لما يتم من تقدم في مسار عملية التغيير.

ز- تحقق من مدى الملاءمة بين الرؤية واستراتيجيات تنفيذها عمليا، وذلك بعرضها على أكبر عدد ممكن من العاملين في المنظمة باختلاف مستوياتهم الإدارية.

(3) تحليل الرؤية

التحليل الشامل القائم على أساس الحقائق والمعلومات المؤكدة أمر ضروري للتأكد من أن الرؤية تم وضعها على أسس صلبة. كذلك فإن هذا التحليل يمدنا بمعلومات عن حجم ومدى وزمن التغيير المقترح، وبالتالي تجهيز وتعبئة الموارد والطاقات اللازمة لتنفيذه على أرض الواقع. ويجب أن تتضمن عملية تحليل الرؤية ما يلي:

أ - تقييم كافة العوامل والمتغيرات الموجودة خارج نطاق المنظمة ذاتها، وذلك لتحديد الأوضاع التنافسية في السوق وموقف المنظمة من ذلك، وما يواجهها من صعوبات وتهديدات خارجية، وكذلك ما يمكن أن يمثل مواطن قوة يمكن الاستفادة منها.

ب- تقييم كافة العوامل والمتغيرات الداخلية، وذلك لتحديد الاختصاصات والكفاءات والعمليات المحورية في المنظمة، والتي يمكن توظيفها بالصورة المأمولة.

ج- تقييم حاجات العملاء لمعرفة أهم متطلباتهم ورغباتهم غير المشبعة وتوقعاتهم من المنظمة، وكذلك ما لا يرضيهم في المنظمة حاليا، ويمثل مصدر شكاوى ومعوقات بالنسبة لهم.

د- تصميم الأدوات المناسبة لمتابعة حسن الأداء وتقدير ما يتم من تقدم في مسيرة التغيير.

(4) دور فريق التوجيه الرئيسي في وضع الرؤية وصياغتها

يجب أن يتضمن دور فريق التوجيه الرئيسي الذي يتعين عليه وضع الرؤية وصياغتها ما يلي:

أ - وضع تصور لما يجب أن يكون عليه سلوك العاملين في المستقبل: أي ما يجب عليهم أن يعملوه وما يجب أن يتوقفوا عنه من أجل نجاح عملية التغيير.

ب- وضع سيناريوهات لكل ما من شأنه لفت انتباه العاملين، وجعلهم يرون أنهم بصدد فرصة تحقيقها عملية التغيير، يمكن أن تحقق لهم ومنظمتهم مستقبلا أفضل كثيرا مما هو قائم الآن.

ج- معرفة ردود أفعال العاملين وآرائهم خلال مراحل عملية تكوين الرؤية وصياغتها.

د- توصيل الرؤية في صورتها النهائية إلى العاملين ليشعر الجميع بالثقة والطمأنينة، ويدركوا أن المنظمة تمضي في الاتجاه السليم الذي يحقق مصلحة الجميع.

النتائج

يمكن أن تعتبر نفسك أكملت هذه الخطوة بنجاح إذا كنت أنت ومنظمتك:

- 1- تمتلكون صورة واضحة ومحددة عن التغيير تتسم بالتركيز وإثارة التحدي، وتجعل كل فرد في المنظمة يفهم دوره وإسهامه في تحقيق تلك الرؤية.
- 2- لديكم فهم واضح للسلوكيات الجديدة التي يجب أن تكتسب وتمارس، وتلك التي يجب أن يتم التخلص منها، والأخرى التي سوف تستمر كما هي، وذلك حتى يتم إنجاز الرؤية فعليا.
- 3- وضعتم استراتيجية راسخة ومحددة المعالم توضح كيف ستتم ترجمة الرؤية وتحويلها إلى إجراءات عملية على أرض الواقع، وتوضح تلك الاستراتيجية أيضا مدى واقعية الأهداف المنشودة.
- 4- أدوات وأساليب تقييم ملائمة لتحديد مدى نجاح تحقيق الرؤية.

المرحلة الثانية: التمكن والإحاطة بكل جوانب المنظمة

بعد أن تتمكن من تهيئة مناخ المنظمة للتغيير خلال الخطوات الثلاث السابقة، تستطيع البدء في التفكير في كيفية التمكن والإحاطة بالمنظمة. فهذا هو جوهر الخطوات الثلاث التالية، والتي تتمثل في التواصل للحصول على أعلى المكاسب، والتمكن من الممارسة الفعلية لبعض السلوكيات الجديدة، وتحقيق مكاسب قصيرة المدى حتى يدرك العاملون أن للتغيير فوائد وآثارا إيجابية.

وقبل الدخول في تفاصيل هذه الخطوات الثلاث نود الإشارة إلى أن هناك تصورا خاطئا لدى بعض القادة لعملية التحول التنظيمي يتمثل في الاعتقاد بأن التدريب يكفي لتهيئة العاملين للتغييرات التي تحدث في وظائفهم وفي أسلوب قيامهم بأعمالهم. فالتدريب - وإن كان يكفي لجعل العامل جاهزا للتعامل مع مستجدات تكنولوجية جديدة في عمله- ليس كافيا لنجاح حدوث تغييرات طويلة المدى تشمل

جوانب كثيرة في بيئة العمل. فإذا تدرب العاملون، دون أن يفهموا أبعاد وآثار التغييرات التي ستنشأ نتيجة لهذا التدريب، فلن يكون لهذا التدريب أثر يذكر، بل ربما يكون محل تدمير العاملين وشكواهم، ورفضهم لآثاره أو التغييرات الناشئة عنه. وإذا قاوم العاملون التغيير المنشود، سواء أخذت تلك المقاومة أشكال الخوف من التغيير أو الغضب منه، أو عدم الرضا عنه، فإن هذا التدريب لن يحقق أى تغيير حقيقى في أداء العاملين.

من هنا تأتى أهمية عملية التواصل في المنظمة حول التغيير المنشود. فمن الضروري إعداد خطة واضحة لذلك تسمح بالتواصل الفعال وتبادل الأفكار والآراء بين القيادة والعاملين، يتم من خلالها تحديد ما نتوقعه من هذا التغيير ودعمه ومساندته وتقليل مقاومة العاملين للتغيير، وإزالة مخاوفهم وقلقهم حياله.

ولكى نقوم بتمكين العاملين من الممارسة الفعلية للسلوكيات الجديدة يكون من المهم إعادة تصميم Redesign عمليات الموارد البشرية أو تحديثها (مثل مصفوفة الأداء والتقييم، والبناء التنظيمى، والحوافز والمكافآت، والتخطيط المتتابع)، فضلا عن إعادة بلورة الأدوار والمسئوليات وتحديد بطريقتهم تدعم السلوكيات الجديدة. بمعنى آخر، فإن العاملين في كل المستويات الإدارية يحتاجون إلى فهم مسئولياتهم، بينما يحتاج القادة إلى أن يكونوا متسقين وموضوعيين في محاسبتهم والحكم على سلوكهم وتقييم أدائهم ومكافأتهم على حسن أدائهم.

أما عن تحقيق مكاسب قصيرة المدى لما تم من تغيير، وتوصيل تلك النتائج إلى الجميع في المنظمة، فيعنى أن المنظمة تسير على الطريق الصحيح، وأن قوى دفع التغيير موجودة بقوة في المنظمة، وأن ذلك أثر عن تلك المكاسب السريعة، وأن التغيير الذى بدأ سوف يظل قائما حتى يحقق كل أهدافه.

وخلال قراءتك للفصول الثلاثة التالية، أنصحك بأن تفكر في الأساليب التي اعتمدت عليها في جعل العاملين في منظمك ينخرطون من آخر عملية تغيير قمت بها في منظمك ويتمكنون منها. وعليك أن تفكر في أى من الأساليب التي استخدمتها قد نجح في ذلك ولماذا، وأيها فشل ولماذا.

الخطوة الرابعة : التواصل الفعال لتحقيق أفضل المكاسب

الهدف الأساسى لتلك الخطوة من خطوات إدارة التغيير هو جعل أكبر عدد ممكن من العاملين من المنظمة يسلكون بطريقة تسمح بتحويل رؤية التغيير إلى واقع فعلى. فرؤية التغيير واستراتيجياته لا يمكن أن تظل محصورة بين أفراد

فريق التوجيه فقط، بل لا بد من عمليات تواصل فعال، بحيث يفهم الجميع ما نحن بصدده ويتفاعلون معه ويشاركون فيه، لخلق الثقة والتأييد والالتزام لتحقيق الرؤية المأمولة للتغيير. وهذا يعد أحد المكاسب المهمة في هذه المرحلة.

ولعل من أهم أسباب فشل التواصل حول رؤية التغيير في المنظمة هو عدم الوضوح الكافي لتلك الرؤية، بحيث تبدو غير مفهومة تماماً لكثير من العاملين وهو ما يعنى أن الخطوة السابقة (الثالثة) لم تتم بنجاح. فالرؤية غير المنطقية يصعب توصيلها للعاملين، وحتى لو كانت الرؤية واضحة ومنطقية ومستوفاة لكل الشروط، فإنه يظل لتلك المرحلة (الرابعة) أهميتها وخطورتها وتحدياتها الخاصة، والتي إذا لم تتم بشكل جيد، فإن عملية التغيير ربما تفشل على الرغم من النجاح في الخطوات الثلاث السابقة.

هدف الخطوة

يعد تكوين الرؤية الصحيحة للتغيير وإعدادها بالصورة المأمولة أمراً بالغ الأهمية لنجاح تنفيذ التغيير، وتحقيقه لأهدافه. ولكن لا يكفي أبداً مجرد وضع تلك الرؤية، بل إن توصيلها للعاملين بالشكل المناسب، وتوضيح الكيفية التي سنعمل في ضوءها هو مفتاح النجاح المأمول لها. فالتواصل الجيد هو الذى يجعل العاملين يلتزمون بالرؤية ويتصرفون في ضوءها. فمن المهم - إذن - ألا تتعجل قيادة المنظمة فيما تقوم به من إجراءات، بل عليها أن تأخذ وقتها في إعداد الرسائل الاتصالية الجيدة والنزيهة والموجزة والصادقة، والتي من شأنها أن تجعل العاملين يستوعبون رؤية المنظمة ويؤمنون بها ويلتزمون بها. إننا لو فشلنا في توصيل رؤيتنا للعاملين وعجزت رسائلنا الاتصالية عن إقناعهم بها، فإنهم سوف يتجاهلونها ويستمرون في أداء عملهم بالشكل القديم المعتاد، ومن ثم سوف تفشل عملية التغيير.

الإجراءات

نؤكد بداية أن التواصل، خلافاً لخطوات عملية التغيير الأخرى، ليس مجرد خطوة محددة لها بداية ونهاية في مسار عملية التغيير، بل هو جهد دائم ومستمر يهدف إلى نقل رسائل أساسية تتغير في مضمونها عبر الوقت (الزمن الذى يستغرقه التغيير كاملاً)، وباختلاف مدى وعى العاملين بأهمية التغيير، وانخراطهم في تبني رؤيته وتنفيذها. فالتواصل قائم خلال جميع خطوات التغيير، فله دوره الأساسى في خطوة زيادة الشعور بالحاجة للتغيير، وعند تكوين فرق التوجيه، وإعداد الرؤية وفي جميع خطوات عملية التغيير ومراحلها.

وتستلزم مساعدة العاملين على التقدم والانتقال من مرحلة نقص الوعي بالوضع القائم في المنظمة حالياً، وبالتالي الانخفاض الشديد في الشعور بالحاجة للتغيير، إلى مرحلة فهم وتبنى رؤية التغيير القيام بثلاثة نشاطات أساسية في عمليات التواصل الفعال:

- 1- توصيل رؤية التغيير للعاملين.
- 2- حوارات ومناقشات مستمرة حول التغيير.
- 3- الانخراط في جهود التغيير.

(1) توصيل رؤية التغيير للعاملين

الهدف الأساسى للتواصل هنا ليس مجرد نقل الرؤية للعاملين، بل جعلهم يؤمنون بها ويقتنعون بالتوجه الجديد الذى تأتى به ويسلكون فى ضوءه. ولهذا فنحن فى حاجة إلى التواصل مع كل فرد فى المنظمة له دور فى تحويل تلك الرؤية إلى واقع فعلى ملموس. وفيما يلى نعرض لبعض المقترحات والفنيات التى تساعدك على توصيل الرؤية العامة للتغيير بشكل فعال وملائم، وهى:

أ - قم بإعداد رسائل تواصلية تبين أهمية التغيير، على أن تتميز هذه الرسائل بأنها:

- 1- تهيئ السياق العام فى المنظمة لقبول التغيير وإجرائه.
- 2- تركز على لماذا؟ ولماذا الآن على وجه التحديد؟ وماذا؟ وكيف سيتم التغيير؟
- 3- تركز على جوهر قضية التغيير فى المنظمة وجعله واضحاً وجاذباً للانتباه.

ب- اجعل تلك الرسائل بسيطة، وذلك عن طريق :

- 1- استخدام جمل قصيرة وواضحة ومحددة.
- 2- تجنب استخدام المصطلحات والجمل الفنية والمتخصصة أو غير المفهومة للجميع.
- ج- استخدم الاستعارات والمجاز والأمثلة :

- 1- استخدم الصور لى توضح للآخرين المستقبل الذى ينتظر المنظمة بعد التغيير.
- 2- استخدم الأمثلة والتناظر لتوضح المراحل المختلفة لعملية التغيير.

د- كرر، كرر، كرر:

- 1- استخدم كل الظروف والفرص والأنشطة اليومية وكل ما يتاح لك لتدعيم تلك الرؤية.

- 2- استمر في دعم رسائلك من خلال عملية التغيير الصحيحة.
- هـ- استخدم أكثر من أسلوب دعاية لنشر الرسائل :
- 1- اجعل الحديث عن عناصر ومقومات الرؤية "على كل لسان"، اجعلها جوهر أى تواصل داخل المنظمة، سواء التواصل الرسمي أو غير الرسمي.
- 2- اجعل كل المستويات الوظيفية في المنظمة تبحث عن طرق وأساليب لتكرار تلك الرسائل ودعمها.
- و- اجعلها متعددة الاتجاهات
- إن رؤية التغيير تظل نشطة إذا أصبحت جزءا من تفاعلات العاملين. وبالتالي: شجع من تستطيع من الأفراد ليتحدثوا عنها، فرادى، وأزواجا، وفي مجموعات، وبين العمال والمديرين، وبين المديرين والعملاء، وبين الإدارة العليا والعمال..الخ.
- ز- اجعل هناك روابط بين خطوات التغيير
- اشرح بوضوح كيف أن كل خطوات التغيير تهدف إلى تحقيق هدف واحد هو إنجاز الرؤية.
- ح- اجعل سلوك قادة المنظمة يخدم ما تقدمه من رسالة تواصلية :
- 1- تأكد أن سلوكيات قادة المنظمة وقراراتهم تتسق مع هذا التوجه الجديد المنشود.
- 2- حدد بوضوح كل جوانب عدم الاتساق والتناقض التي تلاحظها.
- 3- اسع إلى تعديل ذلك وحاول دائم أن تكون حالة الاتساق هي السائدة والموجودة.
- 4- اجعل فريق قيادة التغيير يمارس دور النموذج أو القدوة، ويصدر السلوكيات التي نتوقعها من الآخرين.
- ط- اجعل كل جوانب العملية التواصلية متكاملة
- ركز على أن تكون كل عمليات التواصل وأشكاله ودرجاته داخل المنظمة، مركزة على الرسالة الأساسية المراد إيصالها للآخرين.
- ومن الجوانب المهمة في جهود التواصل بخصوص رؤية التغيير ضرورة ألا يكون تواصل من طرف واحد، بل لا بد من معرفة مردود تلك الرؤية لدى العاملين ومدى تفهمهم وتقبلهم لها. ولإنجاز ذلك بنجاح يمكنك إتباع الآتي:
- 1- ركز على المجموعات المؤثرة والمحورية، واعتمد على المقابلات الفردية والجماعية، وجمع الآراء والتقويمات ووجهات النظر المختلفة حيال تلك الرؤية.

- 2- اسأل كل من يمكنك سؤاله من العاملين عن انطباعاتهم وردود أفعالهم واستفسر منهم عن آرائهم فيما يحدث.
- 3- تابع ما يحدث لهذا العائد (ردود أفعال العاملين) من تغير أو اختلاف عبر الوقت.
- 4- استمع..... استمع..... استمع.

(2) إجراء مناقشات وحوارات مستمرة مع العاملين

من الواجب أن يكون هناك حوار متواصل بين فرق قيادة التغيير من ناحية، وبين العاملين في المنظمة من ناحية أخرى، وذلك عبر جميع خطوات التغيير. والغرض من هذا الحوار هو أن القيادات تطلع أولاً بأول على ما قد يجعل البعض يرفض التغيير أو يقاومه، وكذلك تعمل على زيادة التزام العاملين بالتغيير، وذلك من خلال:

- أ - معرفة استجابات العاملين لما يحدث من تغيير في المرحلة المعنية.
 - ب - تهيئة العاملين للاستيعاب الكامل للتغيير الذي يحدث.
- والواقع أن الاستمرار في هذا الحوار مع العاملين في المنظمة، ربما يكون أمراً شاقاً لفريق قيادة وتوجيه التغيير، لأن عملية التواصل عادة ما تكون:
- أ - تستهدف مجموعات مختلفة لكل منها حاجاتها ورغباتها الخاصة.
 - ب - متعددة المستويات، بحيث تتم بصور ودرجات مختلفة.
 - ج - تتضمن استخدام أنواع عديدة من المعلومات في أشكال مختلفة.
 - د - تتضمن استخدام أساليب متعددة من تكنولوجيا المعلومات.
- وباختصار فهي ليست سهلة؛ نظراً لأن ما يحكمها هو التنوع والتعدد، وليس الأحادية والبساطة.

(3) انخراط المنظمة في جهود التغيير

التواصل الجيد يرفع من قيمة القرارات التي نريد توصيلها للعاملين من خلاله، ويرفع كذلك من قوة التزام العاملين بتلك القرارات. وعملية التزام العاملين هذه لا تتم في خطوة واحدة، بل تحدث تدريجياً كلما انخرطوا في عملية التغيير بمختلف خطواتها ومراحلها. فكلما تقدم التغيير في مساره السليم والمأمول، زاد انخراط العاملين فيه والتزامهم به، وزادت قناعتهم بالمجهودات والممارسات التي

يقومون بها لتنفيذه. ولكي يحدث هذا الانخراط، فيجب أن يكون التواصل في المنظمة واضحا ومستمرًا ومستجيبًا لوجهات نظر العاملين.

وهناك بعض الإرشادات لكيفية إجراء حوارات ومناقشات إيجابية وفعالة هي:-

أ - تحديد عملية التواصل

بعد أن حددت جمهورك الذي تهدف إلى التواصل مع أفراد، وما يجب أن توجهه رسائلك التواصلية إليهم، وقسمته إلى مجموعات يصبح من السهل أن تركز على طبيعة العملية التواصلية لكل مجموعة من تلك المجموعات، وتحدد ماذا يجب أن يقال لتلك المجموعة، وكيف يقال، وكيف يتم توصيله لهم..الخ. فتقسيمك للعاملين (الجمهور المتلقى للرسائل الاتصالية) إلى مجموعات لكل منها خصائصها وظروفها ووضعها بالنسبة لعملية التغيير، يساعدك في التحديد الدقيق لخطة عملية التواصل، ومن ثم تحقيقها لأهدافها المأمولة، وذلك طبقاً لأداة القياس التالية (1-17).

أداة قياس رقم (1-17)

تحديد خطة التواصل

المكانة	المسؤوليات			قناة الاتصال	موعد بدء عملية التواصل	المجموعة المستهدفة	جوهر الرسالة الاتصالية وتفصيلها	التواصل
	إعداد وتكوين الرسالة	مراجعتها وتحسينها	نقلها بما هي عليه					
أو المركز								

وعلى ذلك، فالمعلومات التي تجمعها بالأداة السابقة تساعدك في الوصول إلى إجابات دقيقة عن مجموعة من الأسئلة مثل:

- 1- ما المعلومات التي نريد توصيلها للمتلقين (العاملين المشاركين في التغيير)؟
- 2- ما الاستجابات المرغوبة التي نريدها منهم كرد فعل لتلك الرسائل؟
- 3- ما الاستجابات المحتمل صدورها منهم كرد فعل لتلك الرسائل؟
- 4- كيف يمكن نشر تلك المعلومات في المنظمة؟

- 5- ما أنسب قناة اتصال لنقل تلك المعلومات ونشرها؟
- 6- من الذى يجب أن يوصل أو ينقل تلك الرسالة؟
- 7- كيف يمكن قياس الاستجابات لتلك الرسائل؟
- 8- كيف يمكن متابعة ما يحدث من تغيرات في تلك الاستجابات؟
- 9- كيف يمكن قياس مدى فاعلية عملية التواصل بشكل دقيق؟

وعلى ذلك فالأداة السابقة صممت لكي تساعدك في تحديد الرسائل المراد توصيلها لمختلف جماعات المتلقين، ومن هم المتلقون على وجه التحديد، وما هي قنوات الاتصال الممكن استخدامها، وهل الوقت المقترح لتقديم الرسالة متناغم ومتسق مع المرحلة التي وصل إليها قطار التغيير؟ هذا مع ضرورة أن يكون واضحاً أن هذه الأداة ليست جامدة، بمعنى أن المعلومات التي نجمعها بواسطتها لا تظل ثابتة، بل علينا أن نتعامل معها على أنها وثيقة حية ومرنة، أى تتطلب منا دائماً المراجعة والتحديث بشكل يتوازى مع ما يشهده مسار التغيير من تقدم.

ب- تعديل التواصل عبر خطوات التغيير

كلما تقدمت عملية التغيير في مسارها زاد معدل سرعتها، بمعنى أن معدل سرعة التغيير عادة ما تكون أقل في المراحل الأولى، وبتقدم التغيير ونجاحه يزداد معدل سرعتها. ويصاحب ذلك زيادة في حجم القلق في المنظمة. ولا بد أن تتوافق جهود التواصل مع تلك التغيرات في معدلات سرعة التغيير، بمعنى أن عملية التواصل لا يجب أبداً أن تكون ثابتة جامدة عبر مختلف مراحل التغيير، بل يجب أن تتغير لتتواءم مع طبيعة المرحلة التي قطعها التغيير. وعلى سبيل المثال، فإن العاملين في المنظمة يبدأون رحلة التغيير من مستويات مختلفة من الالتزام. أى أن نقطة انطلاق كل منهم تختلف عن الآخر في مدى جدية والالتزام كل منهم بالتغيير، ويتقدمون أيضاً بمعدلات مختلفة، فبعضهم ربما يظل نشيطاً، مدعماً للتغيير، وملتزماً به، والبعض الآخر قد يتباطأ أو يخمد حماسه، والبعض الثالث ربما يعارض ويقاوم التغيير، والباقيون ربما ينتظرون ويتابعون الموقف ليروا ماذا سيحدث على أرض الواقع، ومن ثم يحددوا موقفهم بناء على ذلك. وهذا يعنى أن جهود التواصل لن تخاطب جماعة واحدة، أو تسعى إلى تحقيق هدف واحد، بل لا بد أن تكون ثلاثية التوجه، ساعية إلى تحقيق ثلاثة أهداف:

- 1- السعى إلى تكوين جبهة عمالية كبيرة تشمل الغالبية العظمى من العاملين، هدفها تأييد التغيير ودعمه، على أن يحدث ذلك بأسرع ما نستطيع.

2- الحفاظ على التزام المؤيدين للتغيير واستثمار هذا الالتزام. أى أن نحرص على ألا تتحول تلك المجموعة من العاملين من ملتزمين ومنخرطين في التغيير إلى مجرد مؤيدين له فحسب.

3- محاولة تقليل أعداد المقاومين ومواجهة حججهم وأفكارهم المضادة للتغيير، ودحض هذه الحجج والأفكار، والعمل على استمالتهم للتغيير وجذبهم إلى صفه، وذلك بأن نساعدهم - من خلال رسائلنا التواصلية لهم على وجه الخصوص - على أن يدركوا أهمية ومنطقية هذا التغيير، ومن ثم نحول اتجاهاتهم السلبية نحو التغيير إلى إيجابية.

ج- تفهم مقاومة التغيير والتعامل الملائم معها

الناس أعداء لما يجهلون، ومقاومة التغيير أو مقاومة الجديد استجابة انفعالية طبيعية ومتوقعة. والشئ المهم هو أن نعلم أيضا أن تلك المقاومة لها فوائد وإيجابيات يمكننا الاستفادة منها في إدارة عملية التغيير منها ما يلي:

1- إن وجود مقاومة التغيير هو أول دليل على أن ما ممارسه من ضغوط في اتجاه التغيير فعالة ومؤثرة، لأن الأفراد لا يرفضون أو يقاومون شيئا لم يصل إليهم ولم يشعروا به أو يدركوا أثره عليه.

2- إن هذه المقاومة في حد ذاتها هى نوع من العائد يمكن الاستفادة منه في تنقيح وتحسين رؤية التغير وخطته (لماذا يرفضون وما هى مبرراتهم ومن يؤثر فيهم ولماذا؟ وكيف نفند حجج الرفض لديهم....الخ).

3- إن المقاومين للتغيير أحد أهم مصادر الحصول على المعلومات التى يمكن توظيفها إيجابيا والاستفادة منها عبر مراحل التغيير المختلفة.

4- إن هذا الرفض وتلك المقاومة تمثل فرصة لاختبار مدى كفاءة رؤيتنا واستراتيجيتنا وأدواتنا وإمكانية إقناع المقاومين وتغيير اتجاهاتهم وجذبهم إلى صفوفنا ليكونوا من المؤيدين والمساندين للتغيير.

ونشير أخيرا إلى أن هناك نوعين من المقاومة والرفض للتغيير: الأول رفض يقوم على حجج وأسائد منطقية يؤمن بها الراض (أيديولوجية معينة كرفض الشيوعيين مثلا للخصخصة). والنوع الثانى رفض على أساس انفعالي دون أساس منطقى قوى يدعم ذلك، فقط هو رفض ربما لمجرد "الخوف" من هذا الجديد الذى نجهله. وبالطبع فإن الراضين من النوع الأول يكون موقفهم أقوى وأعنف، ويصعب (اتصاليا) تغيير موقفهم واتجاهاتهم. أما النوع الثانى من العاملين فيمكن تحويلهم بسهولة إلى أنصار للتغيير، إذا عرفنا كيف نتواصل معهم، وماهية

المضامين الاتصالية التي يجب أن نخاطبهم بها...الخ. والخلاصة أن عليك كمستول عن إدارة التغيير أن تعرف: من يقاوم أو يرفض؟ ولماذا؟ وكيف نغير ذلك؟. المهم ألا نتجاهل - أبدا- الراضين للتغيير.

النتائج

يمكنك أن تعرف أن جهودك في عملية التواصل قد نجحت وحقت أهدافها إذا لاحظت وجود العلامات والمؤشرات التالية:

- 1- أن الغالبية يفهمون الرؤية بنفس الشكل (أي حالة من الفهم المشترك)، وكذلك يفهمون الخطة الاستراتيجية المصاحبة لها.
- 2- أن الصورة المستقبلية للمنظمة (طبقا للرؤية) واضحة لدى الجميع، وهو ما يؤدي إلى رفع دافعية الجميع وتضافر جهودهم نحو التغيير.
- 3- وجود ترحيب ورضا بالأساس المنطقي للتغيير الذي قدمته في رؤيتك، وهو الذي يساعد العاملين على أن يشعروا بالحاجة للتغيير ويصبحوا ملتزمين بالتوجه الجديد.
- 4- انخفاض المقاومة للتغيير.
- 5- مزيد من الثقة فيما يبذل من جهود للتغيير، وكذلك الثقة في الأفراد المسؤولين عن قيادة التغيير في المنظمة.

الخطوة الخامسة: التمكن من الممارسة الفعلية للتغيير

بعد أن فهم العاملون رؤية التغيير، وبدءوا بالفعل التصرف في ضوءها يكون دورك كمستول عن التغيير هو إزالة أى صعوبات وعقبات تعترض طريقهم، عليك أن تفعل كل ما يجعل مسيرة التغيير مستمرة وتملاً العاملين بروح التفاؤل والثقة.

هدف الخطوة

بوضعك لرؤية تغيير واضحة ومحددة، تكون قد قدمت المبرر القوي للعاملين للقيام بالتغيير المأمول. ولكن إذا أردت من العاملين أن ينفذوا تلك الرؤية ويحولوها إلى واقع حي، فيجب ألا تكتفى بمجرد تقديم الرؤية فحسب، بل لا بد أن تزود العاملين بالوسائل والأدوات التي تمكنهم من تحقيق تلك الرؤية. والهدف الأساسي من تلك الخطوة في عملية التغيير هو تمكين أكبر عدد ممكن من العاملين في المنظمة من التغيير، وذلك بإزالة العوائق والصعوبات التي تحول بينهم وبين التنفيذ العملي لرؤية التغيير. والذين قرءوا كتابي "جوهر التغيير" و"قيادة التغيير"،

سوف يلاحظون أننا نطلق هنا تسمية مختلفة على الخطوة الحالية غير تلك التسمية التي أطلقناها في الكتابين السابق الإشارة إليهما. فنحن نسميها هنا "التمكن من الممارسة والأداء" وليس "التفويض". والسبب في ذلك أن الكثيرين ممن قرأوا الكتابين السابقين يرون أن إزاحة العوائق والصعوبات تعبر أكثر عن التمكن من تعبيرها عن التفويض. وبالإضافة إلى ذلك، فقد سمعت من الكثيرين أن كلمة التفويض لا تؤدي المعنى الذي نقصده تماما، وأن كلمة التمكن هي المناسبة للتعبير عما نقصده بتلك الخطوة من عملية التغيير.

الإجراءات

يتضمن تمكين المشاركين في عملية التغيير من التنفيذ الفعلي له جانبين:
الأول: إزالة الصعوبات والمعوقات التي تعترض قيامهم بتلك الإجراءات الفعلية.
والثاني: تشجيعهم على المخاطرة والابتكار. وفيما يلي تفصيل ذلك:

(1) إزالة الصعوبات والمعوقات

هناك أربعة أنواع من المعوقات يمكن أن تواجهنا عند التنفيذ الفعلي لرؤية التغيير، ويجب مواجهتها والتغلب عليها لنجاح هذه العملية. وتتعلق تلك المعوقات بكل من الهيكل التنظيمي، ونقص المهارات، والأنساق التنظيمية، ووجود قادة ومديرين يقاومون عملية التغيير، وهو ما نعرض لتفاصيله كما يلي:

أ - الهيكل التنظيمي

يكون الهيكل التنظيمي في بعض الأحيان هو الصخرة التي تتحطم عليها جهود التغيير، بل ويعوق عمليات التواصل في المنظمة. وعادة ما يحدث ذلك في حالات التغيير التي تستلزم تضافر جهود مجموعات من العاملين في إدارات وأقسام مختلفة في المنظمة، في الوقت الذي تكون فيه السلطات في تلك المنظمة ومراكز التحكم في الموارد اللازمة للتغيير مبعثرة في المنظمة أو محل تنازع بين أطراف كثيرة وغير محددة بالشكل الملائم. وهو ما يؤدي إلى تداخلات وقرارات متضاربة، وأحيانا متصارعة تعوق إنجاز أي تغيير مأمول.

وقد توجد كذلك صعوبات أخرى مرتبطة بالهيكل التنظيمي مثل:

1- العزلة بين الوحدات الوظيفية المختلفة في المنظمة. إذ تبدو كل منها منعقدة على نفسها، ولا علاقة إيجابية لها بالوحدات الأخرى. ويؤدي هذا الوضع إلى اختلاف الرؤى وتعدد الأولويات وتضاربها.

2- لا يتواصل العاملون في تلك الأقسام والوحدات بالطرق والأساليب الملائمة.

3- يكون معظم المديرين في المستوى الأوسط من النمط المتشدد، والراغب في السيطرة والتحكم في كل كبيرة وصغيرة، ولا يعطى للعاملين أى قدر من حرية التصرف حتى في أبسط المواقف، ويصر دائماً على أن تكون كل القرارات من خلاله.

وفيما يلي بعض الأساليب التي تساعد في التغلب على هذه النوعية من الصعوبات والمعوقات التنظيمية:

- 1- اربط السلطة بالمسئولية ولا تسمح بوجود سلطة دون مسئولية، وأن يتوازى حجم السلطة مع حجم المسئولية واجعل ذلك معلوماً وواضحاً للجميع.
- 2- حدد جهة واحدة تكون هي المسئولة عن توفير الموارد اللازمة لعملية التغيير.
- 3- وضّح الأولويات واجعلها واحدة لدى الجميع، بحيث لا يكون هناك خلاف حولها، وحلّ أية نزاعات يمكن أن تنشأ بهذا الخصوص في الوقت المناسب.
- 4- قلل من التداخل بين المجموعات حتى لو اضطرت إلى تجميع كافة المجموعات التي تقود التغيير وجعلها مجموعة قائمة بذاتها، بصرف النظر عن تخصصاتها أو الأقسام التي تعمل فيها.
- 5- حاول بقدر ما تستطيع خلق هيكل تنظيمي يتسق مع رؤية التغيير. وركز على ما تتضمنه تلك الرؤية من مسئوليات الأفراد والمجموعات المختلفة وموارد التغيير والمعلومات اللازمة لتحقيق أهداف التغيير والجهة المسئولة عن ذلك.

ب- المهارات

إن أى تغيير، وبخاصة لو كان واسع النطاق أو شاملاً في منظمة ما، يعنى بالضرورة تغييراً في مهارات العاملين في تلك المنظمة. فالوضع الجديد والمنشود من التغيير يتطلب معارف ومهارات وقدرات واتجاهات جديدة ومختلفة عن تلك السابقة على التغيير. ولا شك أن نقص تلك المعارف والمهارات الضرورية ربما يبطئ، إن لم يوقف تماماً التمكن من التغيير، أى ممارسة السلوكيات الواقعية اللازمة لتنفيذه. وتلك بعض المقترحات التي تفيد في هذا الشأن:

- 1- حدد بوضوح المعارف والمهارات والقدرات والاتجاهات التي يجب أن يتحلى بها الأفراد ليتمكنوا من النجاح في تنفيذ رؤية التغيير.
- 2- قم بزيارة منظمات أخرى تم فيها تطبيق تلك المهارات والمعارف والقدرات الجديدة واستفد من تجربتهم.

3- تعرف من الأفراد الذين سوف يمارسون العمل الجديد في منظمك لإنجاح التغيير على طبيعة المهارات التي توجد لديهم وماهية التدريب الذي يحتاجونه لكي يحققوا النجاح المأمول.

4- اختر كيف يمكن للمهارات الجديدة أن تؤدي دورها في سياق عمل استكشافي.

5- أعد برنامجاً تدريبياً للعاملين في منظمك لتنمية تلك المهارات وراع فيه ما يلي:

- أن يكون في الوقت المناسب: فالتدريب لا يجب أن يكون فقط لمجرد مساعدة الأفراد على البدء في أداء أدوارهم الجديدة في عملية التغيير، بل يجب أن يساعدكم أيضاً على الاستمرار في تلك الأداءات والتقدم بها بشكل متوازٍ لمسار عملية التغيير، وحل ما يواجههم من مشكلات عبر هذا المسار.
- أن يركز على المهارات الفعالة: لا يجب الاكتفاء بمجرد التدريب على المهارات التقنية في حد ذاتها، بل من الضروري التدريب على المهارات الاجتماعية جنباً إلى جنب مع المهارات التقنية وتوظيفها بالشكل المطلوب من أجل إحداث التغيير والتحول المرتقب. هذا بالإضافة إلى ضرورة أن يشتمل هذا البرنامج التدريبي على مهارات قيادة التغيير وإدارته لكي يتقبلوا البيئة الجديدة بعد التغيير، ويؤدوا عملهم فيها بأفضل صورة ممكنة.

- أن يستخدم فيه الأسلوب الصحيح: وأحسن أسلوب هنا هو الاكتساب من خلال الممارسة الفعلية على أرض الواقع، وذلك على أساس التعامل الحي مع المواقف والأشخاص. ولا يجب أبداً الاكتفاء بالمحاضرات والدروس النظرية، فهذا وحده لا يؤدي إلى اكتساب المهارات وإتقانها.

ج- الأنساق

ترتبط صعوبات الأنساق التنظيمية بشدة بالصعوبات والمشكلات الخاصة بالهيكل التنظيمي، وبعض الأنساق والعمليات التنظيمية مثل أساليب الإدارة وأساليب التدريب وكيفية التعامل مع المبدعين والموهوبين والأكفاء في المنظمة... الخ. فأحيانا ما ترسخ ما هو قائم وتحصر على وجوده واستمراره، وبالتالي تعوق أي محاولات للتغيير. وتلك بعض المؤشرات الدالة على أننا بصدد أنساق تنظيمية لا تساعد على التغيير أو على الأقل تبطئه وتعوق تقدمه:

- 1- تواجه أي محاولات من العاملين في المنظمة تنم عن سعي نحو التغيير بالعقاب، وكذلك الأمر نفسه في حالة ارتكاب أي خطأ مهما كان بسيطاً.

- 2- لا تناسب معايير وأساليب تقييم الأداء المستخدمة حالياً في المنظمة النتائج المرغوبة، التي نسعى إلى تحقيقها من خلال التغيير.
- 3- تركز تلك الأنساق وتدعم وتكافئ سلوكيات غير مهمة وغير ذات صلة بالسلوكيات التي ننشدها من التغيير.
- 4- تقوم نظم الترقيات على أسس شخصية (الولاء للرؤساء مثلاً)، وبالتالي يمكن معاقبة من يسعى للتغيير وينادي به.
- وفي مثل تلك الأجواء يجب إتباع الخطوات التالية والتي تهدف في مجملها لتغيير معلومات ومعارف جموع العاملين في المنظمة التي تتعارض مع رؤية التغيير:
- 1- اربط بين محكات تقييم الأداء والالتزام برؤية التغيير. فزيادة الالتزام بتلك الرؤية يكون تقدير الأداء مرتفعاً.
- 2- كافئ مادياً من يبدي التزاماً برؤية التغيير ويسلك في ضوءها.
- 3- أن تتم الترقيات على أسس موضوعية وبالتساق مع رؤية التغيير.
- 4- تأكد من أن المنخرطين في عملية التغيير هم بالفعل المتوافقون معه، أي أن من يتم اختيارهم هم الأفضل والأكثر ملاءمة للاحتياجات الجديدة للمنظمة.
- د- وجود قادة ومديرين يقاومون التغيير
- يعد وجود قادة ومديرين يقاومون التغيير من أصعب المشاكل التي ربما تواجهنا. فمن المفترض أن هؤلاء القادة هم الذين يجب أن نعتمد عليهم في تنفيذ فعاليات التغيير. وعندما نواجه مثل هذا الموقف، فأول شيء يجب أن نفعله هو أن نحدد بمنتهى الدقة الراضين أو المقاومين وأسباب الرفض أو المقاومة. وهناك بعض المؤشرات الشائعة التي توضح لك أن هناك من بين فريق قيادة التغيير مَنْ يرفضه أو يقاومه:
- 1- مَنْ يمنع وصول المعلومات والموارد اللازمة ويعتمد عرقلتها.
- 2- مَنْ يهاجم وينقد ويشكك في مصداقية الآخرين الذين يؤيدون جهود التغيير ويقودونه.
- 3- مَنْ يرفض المشاركة والتعاون، متحججاً بذرائع تبدو مقبولة ومهذبة، إلا أنه في الحقيقة يقدمها كمبررات لعدم رغبته في التغيير.
- 4- مَنْ يقلل من أهمية نشاطات الآخرين.
- 5- مَنْ يبدو متعصباً ويسلك وكأنه هو ومن معه يمثلون جبهة ضد الآخرين المؤيدين والمنخرطين في التغيير ويتعامل من منطلق "يا إحن يا همّة".

- 6- يتعامل مع باقى أفراد فريق توجيه التغيير على أنهم خونة.
 - 7- يتحكم في مختلف القرارات وعمليات التواصل في كل اتجاهاته، سواء التى يتم من خلالها إرسال المعلومات أو استقبالها.
- والواقع أن التعامل مع هؤلاء القادة، وخاصة إذا كانوا من المستويات الوظيفية المرتفعة في المنظمة، يتطلب قدرا كبيرا من المهارة والتريث حتى لا يتفاقم الموقف وتحدث مشكلات أخرى. ويمكننا التصرف في مثل تلك الحالات وفقا لما يلي:
- أ - واجه تلك المقاومة بشكل مباشر، أى لا تتهرب منها أو تلتف من حولها، وتذكر أن من يعارض دائما هم الأفراد وليس المجموعات.
 - ب- ادخل مع المقاومين في مناقشة صريحة وموضوعية، مركزا على أسباب الرفض والمقاومة.
 - ج- أعط الفرصة أكثر من مرة، وكلما كان ذلك متاحا، لهؤلاء المقاومين ليغيروا موقفهم، بحيث لا تقطع عليهم خط الرجعة.
 - د- احرص دائما في تعاملك في المنظمة على أن تكون واضحا وصريحا وعادلا ومستقيما.
 - هـ- ضع خطأ أحمر لا يجب أن يتعداه هذا الرفض أو تلك المقاومة، وتدخل على الفور وبحسم حينما يكون أسلوب المقاومة غير مقبول وله تبعات سلبية خطيرة.
 - و- إذا تطلب الأمر تغييرا في القيادة أو الإدارة العليا، قم بذلك وبشكل مباشر وواضح وعادل في الوقت المناسب.
- ونؤكد مرة ثانية على أن استخدامك للمقترحات السابقة للتغلب على ما يواجهه تتمكن من التغيير من عراقيل وصعوبات مرتبطة بالقيادات العليا في المنظمة، يستلزم حنكة ومهارة وحرص. ويجب أن يكون واضحا أن أعضاء الفريق الأساسى لتوجيه التغيير وقياداته لن يستطيعوا مهما كان إخلاصهم وقناعتهم بالتغيير أن يزيلوا جميع الصعوبات التى تقف أمام تمكين المشاركين فيه من تنفيذه بحذافيره على أرض الواقع. وهنا يجب أن يكون تركيزهم على الصعوبات والعراقيل الكبرى والجوهرية. والمهم ألا ينتقل هؤلاء القادة بالتغيير إلى مرحلة متقدمة تاركين صعوبات أو مشكلات في المرحلة السابقة؛ لأن ذلك سوف يؤدي إلى حالة من التشكيك في جدوى التغيير، سرعان ما تنتقل إلى العاملين الذين سوف يتشككون أيضا في مدى التزام قادتهم بمشروع التغيير.

وأحد الأساليب التي تساعدك في تحديد وتقدير كل من العوامل التي تدفع بعملية التغيير إلى الأمام، والأخرى التي تعوقه أو تجذبه إلى الخلف هو قياس أداء الأفراد المنخرطين بالفعل في عملية التغيير، وذلك باستخدام ما يسمى "الخريطة السلوكية للعاملين المنخرطين في التغيير" / وهي أداة القياس التالية رقم (2-17)، والتي تحدد ما يجب أن نفعله للتغلب على الصعوبات التي تواجهها، وتقف كحجر عثرة أمام نجاح التغيير.

أداة قياس رقم (2-17)

الخريطة السلوكية للعاملين المنخرطين في التغيير

الجماعة التي ينتمي إليها العامل	وصف للسلوك	إذا كانت هناك مقاومة: فما أسباب ذلك؟ وإذا كان الحياد هو السائد: كيف نجعله مؤيدا؟ وإذا كان مؤيدا: كيف نزيد من تأييده؟	كيفية التعبير عن الرفض أو المقاومة	المطلوب أن نقوم به تجاه هذا السلوك	تاريخ انتهائنا من القيام بذلك

(2) تشجيع المخاطرة والابتكار

بمجرد أن تمت إزاحة الصعوبات الكبرى من أمام التغيير، وأصبح الطريق ممهدا لانطلاقه، فعلى قادة المنظمة أن يحثوا العاملين على التفكير الإبداعي والأداء بأساليب جديدة، وعليهم أن يساعدوهم على التخلص من العادات القديمة وأساليب الأداء العقيمة. ويمكن للقادة تشجيع العاملين على المخاطرة والتجديد والابتكار والتخلص من كافة أساليب الأداء غير الفعالة، وذلك من خلال الاعتماد على الأساليب الثمانية التالية:

أ - تشجيع نشاطات التجريب والاختبار طوال عملية التغيير. فالسماح للعاملين بالتعبير عن أفكارهم الجديدة وتجريبها، يجعلهم يدركون أنهم في مناخ آمن يسمح لهم بتقبل كل جديد، ومواجهة التوجهات التقليدية القديمة، وبالتالي

تتكون في المنظمة "حالة عقلية" عامة محورها الاستمرار في البحث عن الجديد الملائم والاستمرار في التغيير والتطوير.

- 1- كيف وأين يمكنك أن تحاول تجربة هذا الكلام الآن؟
- 2- كيف يمكنك أن تعرف مدى نجاحك في جعل العاملين يبحثون عن كل جديد؟
- ب- تعامل مع الفشل بشكل بناء. فسلوك القادة حيال الأفكار "العقيمة" أو غير الناضجة أو ذات النجاح المحدود التي يطرحها العاملون، هو الذي سيشكل اتجاه هؤلاء العاملين نحو المخاطرة والابتكار.

- 1- ما الذي يجب عليك أن تتعلمه وتستفيده من تلك الفكرة؟
- 2- ما الذي يجب عليك أن تغيره وتقوم به بشكل مختلف عما كنت معتادا عليه، بعد قراءتك لهذه الفكرة؟
- 3- كيف يمكنك تشجيع العاملين معك على المخاطرة؟
- ج- دعم تبني الأفكار الجديدة بالشكل الذي خرجت به دون نقد لها أو تعديل...الخ. وتقبلها كما هي، ودعها تنمو تلقائيا.

- 1- تساءل دائما عن الأفكار الجديدة، وحث العاملين على التفكير الابتكاري.
- 2- أعط الفرصة لكل صاحب فكرة جديدة أن يعرف نتيجتها وآثارها.
- 3- شجع دائما اتخاذ الخطوات الأولى في أي توجه غير تقليدي أو فكرة جديدة.
- 4- كافئ العاملين على أفكارهم الجديدة ومخاطرتهم.
- د- واجه التفكير التقليدي بالبحث المستمر عن أفكار أخرى جديدة، ولا تتفوقع داخل التوجه التقليدي البالي.

- 1- كيف يمكنك أن تفعل ذلك بطرق وأساليب جديدة لم تكن تفعلها من قبل؟
- 2- ما الذي يفعله الآخرون في مثل هذه الحالة؟
- 3- ما الذي يفعله الآخرون في هذه الحالة، وتفعله أنت أيضا؟
- هـ- اعمل على ابتكار مناحٍ جديدة في كل موضع في منطمتك، لكي تكون إطار عمل جديد للتفكير الإبداعي.

- 1- انظر إلى ما يفعله المنافسون لك، وتعلم واستفد من ذلك.
- 2- قارن بين منطمتك ومنظمات أخرى، وتدبر نتائج تلك المقارنات.
- 3- ضع معايير جديدة للأداء في المنظمة.
- و- اجعل مناخ المنظمة متسما بالمرح والدعابة، بحيث يكون غير صارم. فنظرا لأن أي عملية تغيير في المنظمة يصاحبها عادة حالة من الشك والقلق، لأن

العاملين يتركون عاداتهم وأساليب عملهم المألوفة والمعتادة لهم، ويستخدمون أساليب عمل جديدة، كانت أهمية أن يوفر لهم مناخا مريحا وهادئا من الشدة والصرامة يساعد على توليد مزيد من الأفكار الجديدة بلا خوف أو قلق، ويتسم بالانفتاح والتقبل.

- 1- حاول أن تجرى مقابلاتك ولقاءاتك في مواقع جديدة، وفي سياقات مختلفة، غير التي اعتدت أن تجرى مقابلاتك فيها مثل مكتبك أو حجرة اجتماعاتك المعتادة.
- 2- اجعل تواصلك وتفاعلك مع العاملين متسما بروح الفكاهة والدعابة.
- 3- اعتمد على الحكم والأمثال والتشبيهات المجازية لتوصيل أفكارك للآخرين بوضوح.
- 4- جرب وسائل وأساليب جديدة لحل المشكلات، وأعد التفكير في معتقداتك وأفكارك القديمة الثابتة، وقلب الأمور على أوجهها المختلفة.
- ز- عندما تفكر في حل أية مشكلة، فحاول دائما أن تطرح على نفسك عدة حلول مختلفة. واحرص دائما أن يكون أمامك عدد من البدائل الممكنة للحل ولا تكتفِ بمجرد الوصول إلى حل واحد فقط.

- 1- ما الشيء الجديد تماما والجريء الذي يمكن أن تفعله في هذا الموقف؟
- 2- ما نقيض الشيء الذي اعتدت دائما أن تفعله في هذا الموقف؟
- 3- ما الذي سوف يحدث إذا جربت استخدام هذا النقيض، بمعنى أن تتصرف بطريقة مضادة تماما لما اعتدت أن تتصرف بها في هذا الموقف؟
- ح- شجع ورحب بكل الأفكار القائمة على المخاطرة، واجعل هذا التشجيع على المخاطرة مناخا عاما في منظمتك، وابدأ بنفسك وكن قدوة للآخرين في ذلك.
- 1- اطرح موضوعات وأفكارا للمناقشة، لم تكن تطرح من قبل، ولم تكن مسموحا بجعلها موضوعا للمناقشة في المنظمة.
- 2- قم بالسلوك التقليدي المعتاد في مواقف وسياقات مختلفة.
- 3- استخدم أسلوبا جديدا لتكشف من خلاله للآخرين أنك ترحب بالأفكار الجديدة وتشجع على تجربتها.
- 4- استخدم الإيماءات الرمزية التي تتسم بالبدة والجرأة.
- 5- لا تدع المعرفة التامة، وتعلم متى وأين وكيف تكشف عن وضعك ونواقصك.

النتائج

إذا تم تمكين العاملين في المنظمة بالفعل من اتخاذ الخطوات العملية لتنفيذ التغيير، فسوف نلاحظ المؤشرات التالية:

- 1- يتلقى العاملون أفراداً ومجموعات التدريب المناسب والدعم القوي، ويتم منحهم كل التسهيلات وتهيئة كل الظروف التي تساعد على أداء عملهم "الجديد" بنجاح.
- 2- يبدي كبار المديرين التزاماً قوياً بتوفير الإمكانيات والوقت اللازم لدعم جهود التغيير.
- 3- يتحمل الأفراد والمجموعات مسؤولياتهم ولديهم السلطة الكافية لاتخاذ القرارات اللازمة لجعل التغيير أمراً واقعاً يمارس فعلياً.
- 4- تقوم المنظمة بدعم ومكافأة الأفراد الذين يسلكون بشكل متسق مع الرؤية، ولا تتم معاقبتهم أو لومهم في حالات الفشل البناء "غير المقصود" الذي قد يحدث نتيجة المجازفة المحسوبة. أي لا عقاب على المبادرة والتجريب ومحاولات التجديد.
- 5- يتم تقييم أداء الأفراد على أساس ما يكشف عنه هذا الأداء من دعم لعملية التغيير، ودفع المنظمة للأمام في هذا الاتجاه.
- 6- يتم التحديد الدقيق لأية معوقات وصعوبات ربما تقف ضد تمكين الأفراد من ممارسات التغيير، ويتم التعامل مع تلك المعوقات بكفاءة بحيث يتم إزاحتها والتغلب على آثارها السلبية.

الخطوة السادسة: تحقيق مكاسب قصيرة المدى

إذا كانت الخطوات السابقة قد تمت بنجاح، فسوف تظهر بعض الآثار الإيجابية لما تم من تغيير والمكاسب التي تترتب عليه، وهو ما يسعد العاملين ويزيد من ثقتهم فيما يبذلونه من جهود لإنجاز التغيير، ويشعرهم بالنجاح وترتفع معنوياتهم ويواصلون بدافعية مرتفعة إتمام عملية التغيير. والواقع أنه دون تحقيق تلك المكاسب قصيرة المدى لما تم من تغيير، فإن جهود التغيير واستمرارها قد يواجهها الكثير من الصعوبات. ومن الضروري أن تكون تلك الآثار الإيجابية أو المكاسب قصيرة المدى لما تم من تغيير واضحة لا لبس فيها أو غموض في تأويلها وملموسة للجميع، وتعم آثارها وفوائدها على كل مَنْ شارك في عملية التغيير.

هدف الخطوة

يتمثل هدف هذه الخطوة في ضرورة تحقيق مكاسب قصيرة المدى لما تم من جهود من أجل التغيير. وهذا معناه الشعور بالمزيد من الثقة والمصادقية لما نقوم به. فتلك المكاسب هي الدليل المادي على أن ما تم بذله من جهد قد بدأ يثمر. وبدون ذلك فإن العاملين ربما يشعرون بالأسف والندم على الوقت والجهد والمال الضائع في عملية التغيير، وقد يفقدون الثقة في العملية برمتها، ويصبح استمرارهم فيما يقومون به من جهد محل صعوبة وشك، وهو ما قد يعود بنا إلى الوراء، حيث نصبح بصدد مستوى منخفض من إلحاحية التغيير وفقدان لقوة الدفع نحو التغيير. فالمنافع والمكاسب قصيرة المدى للتغيير تحقق لنا ما يلي:

- 1- الدليل على كفاءة خطة التغيير، وأن تلك الخطة يتم تنفيذها بالفعل.
- 2- هي رسالة لقادة التغيير والعاملين المشاركين تؤكد أنهم على الطريق الصحيح.
- 3- هي رسالة للرافضين والمقاومين للتغيير بأن موقفهم غير سليم، وتسكت السنة الساخرين من التغيير.
- 4- هي فرصة لالتقاط الأنفاس عبر مشوار التغيير والاستعداد للخطوة التالية.
- 5- يمكن الاستفادة منها في تعديل وتنقيح خطة التغيير التي نعمل في ضوءها.

الإجراءات

يمكنك تحقيق فوائد ومكاسب قصيرة المدى للتغيير، بإتباع الأساليب الأربعة التالية:

- 1- التخطيط لإحداث تحسينات ملموسة في الأداء.
 - 2- الإنجاز الفعلي لتلك الفوائد والمكاسب.
 - 3- توصيل ما تحقق من مكاسب للجميع وجعلهم يرونها ويقتنعون بها.
 - 4- ضم ما تحقق من مكاسب وفوائد إلى الخطة العامة للتغيير.
- ونعرض لكل أسلوب من هذه الأساليب بقدر من التفصيل على النحو التالي:

(1) التخطيط لإحداث تحسينات ملموسة في الأداء

إن جعل جهود التغيير، سواء استغرقت شهورا قليلة أو سنوات عديدة، تثمر فوائد وإيجابيات ملموسة، أمر ليس بالسهل ويتطلب توازنا دقيقا وموضوعيا عند تحديدنا لأهداف التغيير. فالأهداف بالغة الطموح خطأ وخطر، لأنها تستنزف الكثير من الجهد المادي والبشري وتبعد بنا عن أرض الواقع ولا تحقق أهدافا واقعية.

وكذلك فالأهداف شديدة السهولة خطأ، فهي تعطي الفرصة للمتشككين والرافضين لتقوية موقفهم ووجهات نظرهم السلبية حيال التغيير.

وبناء على ذلك، فأول شروط تحقيق مكاسب جيدة قصيرة المدى من التغيير هو أن تكون أهدافنا معقولة ومتوازنة، وهو ما يجب مراعاته عند التخطيط لها. ولكي تكون الفوائد والمكاسب قصيرة المدى للتغيير فعالة ودافعة للمشاركين في التغيير على مزيد من الالتزام والاستمرار، فلا بد أن تتسم بالآتي:

- أ - أن تكون قابلة للقياس. وذلك أنه لكي تكون مقنعة، فلا بد أن يكون ما تم تحقيقه من إنجاز في المنظمة قابلاً للتقدير الكمي.
- ب- أن تكون ملموسة ومحسوبة. فالعاملون في المنظمة في حاجة إلى أن يروا دليلاً مادياً واقعياً على ما تم من تقدم في جهود التغيير وفاعلية ما تحقق.
- ج- تحدث في الوقت المناسب. والوقت المثالي لظهور تلك الآثار الإيجابية قصيرة المدى هو خلال تسعين يوماً من بدء جهود التغيير.
- د- أن تعم على جميع المشاركين في فعاليات التغيير، وكل من لهم صلة بذلك مثل عملاء المنظمة والمساهمين فيها.
- هـ- أن تكون جزءاً من الأهداف الكبرى المحددة للتغيير. وهو ما يعنى للجميع أن ما حققناه ليس شيئاً منفصلاً، بل هو جزء من كل متكامل، وهذا ما يدعم الرغبة في الاستمرار لاستكمال التغيير وقطف الثمار كاملة.
- و- ذات صلة مباشرة بموقفنا الحالي. بمعنى أن تلك المكاسب تعطينا مؤشرات حقيقية عن مدى موضوعية وواقعية رؤيتنا وخططنا للتغيير، وإجراء ما يلزم من تنقيح أو تعديل في ذلك.
- ز- يجب أن يكون أكثر المستفيدين من تلك المنافع والمكاسب، هم أولئك الذين يعتمد عليهم التغيير في خطواته التالية.

(2) الإنجاز الفعلي لتلك الفوائد والمكاسب

إذا كان أعضاء فريق التوجيه الرئيسى المكون من القيادات العليا هو الفاعل الأساسى في متابعة تنفيذ الرؤية والاستراتيجيات والخطط الخاصة بالتغيير، فإن فرق التوجيه الميداني والعاملين في الأقسام والإدارات المختلفة في المنظمة هم الذين يتولون فعليا تحقيق تلك الفوائد والمكاسب قصيرة المدى لعملية التغيير. ولكي يمكنهم القيام بذلك، فيجب مراعاة الخطوات التالية:

- أ - إقامة ورش عمل يتم فيها التحديد الدقيق لتلك الإيجابيات قصيرة المدى.

- ب- تحديد المهام النوعية والأداءات الفعلية التي يترتب على أدائها تحقيق تلك الفوائد قصيرة المدى. هذا مع مراعاة أن يكون كل من الأهداف قصيرة المدى والمهام اللازمة فعلياً جزءاً من الخطة الكبرى للتغيير.
- ج- التحديد الواضح والدقيق للأدوار والمسؤوليات سواء للأفراد أو الجماعات.
- د- تحديد دور ومسئولية كل فرد من أفراد فرق التوجيه بخصوص متابعة تنفيذ تلك المهام اللازمة لتحقيق تلك الأهداف قصيرة المدى.
- هـ- التأكد من أن نظم القياس والتقدير المستخدمة قادرة على الكشف بدقة عن أى تقدم أو مكاسب قد تحدث.

ومن أحسن الأساليب التي تساعدنا في تحديد الفوائد قصيرة المدى للتغيير والتي يؤدي تحقيقها إلى رفع الروح المعنوية للعمال، وبالتالي استكمال مسيرة التغيير بنجاح، هو أن نعد ما يسمى "مصفوفة المكاسب قصيرة المدى المتوقعة من التغيير". ويتم ذلك من خلال استطلاع آراء عينة من العاملين في المنظمة حول توقعاتهم لتلك المكاسب، يتم من خلاله تقديم سؤال أساسي هو: ما المكاسب السريعة التي تتوقعها من عملية التغيير؟ وذلك في ضوء عاملي سهولة أو صعوبة التحقيق، ومقدار الأثر الإيجابي لتحقيقها. وبناء على نتائج هذا الاستطلاع نكون المصفوفة التالية التي توضحها أداة القياس رقم (3-17):

أداة قياس رقم (3-17)

5	مصفوفة المكاسب قصيرة المدى المتوقعة		مدى سهولة تحقيق الهدف
صعب	أ- صعوبة التحقيق ب- أثرها الإيجابي ضعيف (2)	أ - صعوبة التحقيق ب- أثرها الإيجابي قوي (1)	
3	أ - سهولة التحقيق ب- أثرها الإيجابي ضعيف (4)	أ - سهولة التحقيق ب- أثرها الإيجابي قوي (3)	
1			
سهل	صغير	كبير	
	1	3	5

مقدار الأثر الإيجابي المترتب على تحقيق الفوائد قصيرة المدى

وبعد ذلك نركز جهودنا على إنجاز تلك المكاسب التي لا يتطلب إنجازها مجهودا كبيرا وفي ذات الوقت لها أثر إيجابي قوى (الخلية رقم 3). وكذلك يجب أن نختار بعض الأهداف التي تتطلب مجهودا بسيطا وذات أثر إيجابي بسيط (الخلية رقم 4) بشرط ألا يكون ذلك متعارضا مع خطتنا العامة للتغيير.

وبعد أن نعد تلك المصفوفة، وبالتالي نحدد المكاسب قصيرة المدى للتغيير والتي يؤدي تحقيقها إلى دفع عملية التغيير إلى مزيد من التقدم والاكتمال نحدد - كما أشرنا منذ قليل - المهام النوعية العملية اللازمة لتحقيقها على أرض الواقع وأدوار ومسئوليات الأفراد والجماعات، وكذلك المدة الزمنية التي يجب أن ننجز فيها ذلك.

(3) توصيل ما تحقق من مكاسب للجميع وجعلهم يرونها ويقتنعون بها

بنفس المبادئ التي عرضنا لها تفصيلا في الخطوة الرابعة (التواصل) فإننا يجب أن ننقل وبأسرع ما يمكن تلك المكاسب قصيرة المدى التي حققناها إلى كل من يهمه الأمر. أي أن يعرف الجميع، سواء داخل المنظمة أو خارجها، من المتعاملين معها والمتأثرين بما يجري فيها، أن ما تم إنجازه من تغيير حتى الآن قد أثمر وأدى إلى عدد من الفوائد والمكاسب. فالتواصل بخصوص تلك المكاسب قصيرة المدى للتغيير يهدف إلى ما يلي:

أ - يزيد من مصداقية ما نقوم به من تغيير.

ب - يحقق مزيدا من الدعم والتأييد.

ج - يثبت بالدليل أن هناك تقدما يحدث.

أما بخصوص من يجب أن تصل رسالتنا الاتصالية لهم، فهم أفراد أي جماعة يمكنها أن تُدعم موقفنا وتساندنا مثل:

أ - القادة الذين يمدوننا بالموارد اللازمة لاستمرار التغيير.

ب - العاملون في المنظمة الذين يتأثرون بما يحدث من تغيير.

ج - المقاومون والمعتضون على التغيير، فذلك ربما يؤدي إلى تعديل موقفهم وتغيير اتجاهاتهم السلبية.

د - المؤيدون حتى نجعلهم أكثر تأييدا.

أما عن مضمون الرسالة الاتصالية، فيجب أن يركز على:

أ - إظهار أن ما تم إنجازه يدعو للفخر والحماس نحو التغيير.

- ب- أن تلك الفوائد والمكاسب هي نتيجة مباشرة لما تم من تغيير، وليست راجعة إلى أية أسباب أخرى.
 - ج- أن تلك الفوائد تثبت صدق الرؤية العامة للتغيير.
 - د- التأكيد على أن المشوار لم ينته وأن التغيير لم يكتمل بعد.
 - هـ- توضيح الأهداف الأخرى المتبقية، والتي سوف يتم تحقيقها في المراحل التالية.
- أما عن الوسائل الفعالة لنقل ونشر تلك الرسائل الاتصالية، فيمكن الاعتماد فيها على:
- أ - الراعي الرئيسي (المسئول الأول) لعملية التغيير (رئيس أو مدير المنظمة مثلا).
 - ب- أعضاء فريق التوجيه.
 - ج- الأفراد الذين كانوا يرفضون ويقاومون التغيير في البداية، ثم أصبحوا من المؤيدين له والمنخرطين فيه بعد ذلك.
 - د- العملاء الراضون عما تم إنجازه.
 - هـ- النسق الذي يتيح البيانات الثابتة.
 - و- محاولة اختبار جادة يمكن رؤيتها.

(4) ضم ما تحقق من مكاسب قصيرة المدى إلى الخطة العامة للتغيير

- لا شك أن النتائج قصيرة المدى للتغيير - سواء كانت إيجابية أو سلبية - تمدنا بمعلومات ومؤشرات مهمة حول رؤيتنا للتغيير وما تم من مجهودات لتحقيق تلك الرؤية. فالنتائج قصيرة المدى لما تم من تغيير، يجب أن تمدنا بتساؤلات عن عدد من جوانب عملية التغيير، وبالتالي تسهم في إرشادنا إلى الاتجاه الصحيح الذي يجب أن تمضي فيه جهود التغيير. والتساؤلات التي يجب أن نجد إجابة عنها في المكاسب قصيرة المدى للتغيير هي:
- أ - هل أهدافنا من التغيير (والتي حددناها سابقا) قابلة للتحقق الفعلي على أرض الواقع؟
 - ب- هل رؤيتنا للتغيير طموحة أكثر مما ينبغي، أم أنها ضيقة ومتحفظة أكثر من اللازم؟
 - ج- هل يتم تنفيذ خطة التغيير التي وضعناها؟ وما الدلائل على ذلك؟
 - د- هل خطة التغيير تغطي كل المواقع والمجالات في المنظمة؟
 - هـ- هل جهود التغيير تتوزع بشكل صحيح على مجالات وأقسام المنظمة المختلفة، أم أن هناك تركيزا مبالغا فيه أو تقصيرا مبالغا فيه بالنسبة لأقسام أو إدارات معينة؟

- و- ما الذى يجب أن نقوم به لنحافظ على ما تم تحقيقه من تقدم؟
- ز- ما الذى يجب أن نقوم به لنحقق مزيدا من النجاح؟
- ح- ما الذى يجب أن نقوم به حتى لا نتعرض لأى فشل؟
- ط- ما أهم العوامل التى تساعدنا على التقدم والتحسين؟
- ى- ما الذى يجب أن نمتنع عن فعله؟
- ك- من الذى يجب أن نعطيه مزيدا من المسؤولية؟
- ل- من الذى يجب إبعاده عن المشاركة فى جهد التغيير فى المرحلة التالية؟

النتائج

بعد تحقيق عدد من الفوائد قصيرة المدى لما تم من تغيير، يجب على المنظمة تحقيق ما يلي:

- 1- الثقة فى خطة التغيير التى تقوم على رؤية تغيير صادقة، وعلى أسس ومؤشرات عيانية وملموسة.
- 2- الحصول على دعم وتأييد أصحاب المراكز العليا فى المنظمة الذين يمتلكون القوة والنفوذ.
- 3- زيادة قوة الدفع لجهود التغيير، بحيث يصبح أغلب الأفراد مؤيدين ومساعدين فى عملية التغيير.
- 4- زيادة دافعية فرق التوجيه والأداء بهمة، وتشجيع الآخرين على المشاركة فى جهود التغيير.
- 5- حالة من الشعور العام بالتفاؤل والسرور، نظراً لما يراه الأفراد من تغيير يحدث وما يشعرون به من دافعية عالية، ورغبة فى مزيد من العمل الجاد لتحقيق الأهداف المأمولة.

المرحلة الثالثة: تنفيذ التغيير ومساندته

سمعت من خلال خبرتى الطويلة فى الاشتراك فى عمليات التغيير فى العديد من المنظمات والعمل كمستشار لها، الكثير عما يحدث فى تلك المنظمات فى مرحلة ما بعد تنفيذ التغيير، أى بعد انتهاء برنامج التغيير كاملاً. فأحد القادة قال "أنا فخور بكل ما أنجزناه من عمل، لقد ظللنا شهوراً نعمل عملاً شاقاً، ولا نرى إلا ضوءاً بسيطاً فى نهاية النفق، ثم نجحنا واجتازنا هذا النفق، عابرين إلى الجانب الآخر، والآن من حقنا جميعاً أن نتوقف ونرتاح ونستمتع بالاسترخاء".

إن ما حدث في هذه المنظمة - نتيجة لهذا الاعتقاد الخاطئ لقائدها عن عملية التغيير - أنه فور انتهاء البرنامج عاد أعضاء فريق التغيير إلى أعمالهم المعتادة، وانشغل قادة المنظمة بموضوعات ومشروعات جديدة، وبعد ستة شهور عادت المنظمة إلى المربع رقم واحد (مرحلة ما قبل تنفيذ التغيير)، وبدأ الجميع من القادة وأعضاء فريق التغيير يتساءل مندهشاً عما يحدث: كيف عادت الأمور إلى ما كانت عليه قبل التغيير، رغم أن تنفيذ برنامج التغيير قد تم بنجاح؟ وماذا حدث؟

إن الخطأ الذي تقع فيه القيادة وفريق التغيير هنا هو اعتقادهم أن نهاية رحلة التغيير تنتهي بمجرد تنفيذ البرنامج، ودون أن يهتموا ويدركوا أن هذا لا يكفي، بل لا بد أن يظل العمل قائماً حتى يتم "استيعاب" هذا التغيير، بحيث يتأصل في المنظمة، ويصبح جزءاً أساسياً من نسيجها. إن نهاية العمل ليست بلوغ الجهة الأخرى من النفق كما يعتقد هذا القائد، وإلا سوف يترد الجميع إلى الوراء مرة ثانية والعودة إلى نقطة الصفر.

إن الاعتقاد الخاطئ بأن تنفيذ برنامج التغيير أو استكمالها هو نهاية المطاف، يوجد لدى بعض القادة، وبعض فرق التغيير عندما:

- 1- يعتقدون - خطأ - أنه ما دام الجانب التقني في التغيير قد تم، فإنهم أدوا ما عليهم وانتهى دورهم.
- 2- يعتقدون - خطأ - أنه يصعب على أي برامج تغيير جديدة أن تمحو آثار هذا الإنجاز الكبير الذي حققوه.
- 3- يعتقدون - خطأ - أن الآخرين يدركون الأشياء ويفهمونها، كما يدركونها هم، وأن إمكانات الآخرين تماثل إمكاناتهم هم.
- 4- لا يعرفون ظاهرة "منحى التعلم" والتي تعني أن هبوط الأداء بعد وصوله للذروة هو أمر حتمي. فمهما كان التخطيط والتدريب والتنفيذ للتغيير جيداً، فلا بد أن يتدهور الأداء بعد ذلك. وبالتالي فالأمر يحتاج إلى متابعة ودعم حتى لا يضيع هذا التغيير سدى.

إن الخطوتين السابعة والثامنة تؤكدان دائماً ضرورة المحافظة على استمرار دافعية التغيير والشعور بمدى إلحاحيته، حتى يمكن تثبيت آثار التغييرات التي تم تنفيذها. وفي قراءتك لهاتين الخطوتين الأخيرتين، فكر في كيف يمكن أن تستفيد من الخطوات الست السابقة، وكيف يمكن لتلك الخطوات أن تساعدك لتقوية وضع التغيير الذي تسعى جاهداً إلى تحقيقه ومساندة استمراره.

الخطوة السابعة: عدم التوقف عن مواصلة جهود التغيير

بعد جني ثمار التغيير، وتحقيق المكاسب قصيرة المدى له، علينا أن نحافظ على استمرار الجهود التي نقوم بها، ودفعها في اتجاه مزيد من التقدم. فلا بد أن تظل قوة الدفع قائمة لاستكمال تحويل الرؤية إلى واقع حي. ويجب أن يظل الجميع مدركا للحاجة إلى مزيد من التغيير. وكذلك يجب التخلص من كل العوامل التي تبين لنا (عبر الرحلة السابقة) أنها غير ضرورية ومعوقة لمسيرة التغيير. وأخيرا، علينا ألا نتعجل قطف الثمرة قبل نضجها التام، بحيث يتعين علينا الاستمرار بثبات لتنفيذ كافة أبعاد رؤية التغيير كاملة.

هدف الخطوة

لا شك أن المكاسب قصيرة المدى للتغيير تعطى للمشاركين فيه دفعة قوية وتساعدتهم على تنفيذ التغييرات الأكبر والأعمق والتي ستحقق المكاسب الكبرى والأهداف الرئيسية للتغيير. إلا أننا يجب أن نكون على وعى تام بأن تلك المكاسب قصيرة المدى ربما تمثل مصدر تهديد وخطورة، وتتحول إلى نقمة بدلا من كونها نعمة، ويحدث ذلك إذا أدرك العاملون أن التغيير قد أثمر ثمارا يانعة رغم أنها ليست أكثر من فوائد بسيطة، وما قد يترتب على ذلك من انخفاض المعنويات تجاه استكمال العملية بالصورة المأمولة وضياع قوة الدفع، ونجد أنفسنا وقد توقفنا في مكاننا وفشلنا في التقدم نحو التغييرات الجوهرية والأساسية التي تحددها الرؤية.

فالفترة التالية لتحقيق المكاسب قصيرة المدى تعتبر في منتهى الخطورة، إذ ربما يفقد فيها الكثيرون من قادة التغيير والمشاركون فيه تركيزهم وتنتابهم حالة من الاسترخاء الشديد. وبالتالي فإن للقادة في تلك المرحلة الحساسة دورا مزدوجاً، فعليهم أن يستمروا في توصيل دافعيتهم المرتفعة والتزامهم الكامل باستكمال التغيير إلى كل من المديرين والعاملين، وذلك حتى يستمر الجميع في العمل الجاد بهدف التنفيذ الكامل لعملية التغيير، وعليهم أيضا متابعة وقياس ما يتم من تقدم بشكل دائم.

وباختصار يجب ألا نجعل المكاسب قصيرة المدى للتغيير تمارس آثارها في الاتجاه السلبي بأن تؤدي إلى هبوط عزيمتنا وضعف قوة الدفع اللازمة لتنفيذ رؤية التغيير كاملة بغير نقصان، بل لا بد أن تستثمر آثارها الإيجابية في مواصلة الجهود حتى تتحقق الأهداف المأمولة.

الإجراءات

قلنا إن قادة التغيير يجب ألا يفقدوا تركيزهم وأن يستمروا في الضغط في اتجاه التحفيز والمحافظة على الدافعية مرتفعة لدى العاملين المشاركين في التغيير.

وعلى قادة التغيير في الخطوة التالية لخطوة ما بعد تحقيق المكاسب قصيرة المدى للتغيير، أن يفعلوا كل ما يمكن أن يساعد على تحقيق الأهداف التالية:

- 1- الاستفادة من المكاسب قصيرة المدى وتوظيفها لزيادة قوة الدفع لدى العاملين وزيادة مصداقية عملية التغيير والاتجاه نحو تحقيق الأهداف الكبرى من التغيير.
 - 2- جعل أقسام وإدارات المنظمة تعمل معا بشكل متسق ومتناغم في اتجاه استكمال خطوات التغيير ومتابعته والتأكد من مواصلة العمل كما ينبغي.
 - 3- استخدام الأفراد والمجموعات المناسبين للحفاظ على قوة الدفع واستمرار العمل.
 - 4- التأكد من أن التغيير تغلغل في أداء العاملين في كل المستويات الوظيفية، ومعرفة ردود الأفعال حول آثاره في كافة تلك المستويات.
 - 5- دعم ومساندة القادة والمديرين على مزيد من الانخراط في عملية التغيير والالتزام باستكمال باقى مراحلها.
- وفيما يلي عرض تفصيلي لكل جانب من تلك الجوانب الخمسة:

(1) السعى لتنفيذ وإنجاز الأهداف الكبرى للتغيير

- إن تحقيق عدد من الفوائد قصيرة المدى للتغيير يُمكن القادة والعاملين من:
- أ - تعزيز المكاسب التي تحققت والتقدم للأمام بشكل أكثر حكمة وثقة. والإجابة الموضوعية عن السؤالين التاليين تساعد جدا في تحقيق ذلك:
- 1- ما الدروس المستفادة من تحقيق تلك الأهداف قصيرة المدى للتغيير؟
 - 2- كيف يمكن لتلك الدروس أن تؤثر في التوجه المستقبلي للتغيير؟
- ب- تغيير كل الأنساق التي لا تتوافق مع الرؤية الجديدة والوضع الناشئ عن تحقيق تلك المكاسب. وهنا يجب أن نركز على الجوانب الأكثر صعوبة والتي تشكل خطورة على استمرار مسيرة التغيير، وتعد - في ذات الوقت - مكونا جوهريا في التغيير الأكبر المنشود مثل:

- 1- العمليات: ما الذي يجب أن يتغير في كل من العمليات وممارسات العمل والسياسات كي تصبح أكثر توافقا وانسجاما مع الرؤية؟
- 2- البناء: ما المسؤوليات (توزيع الأدوار والمهام) التي نحتاج إعادة النظر فيها لتتوافق مع العمليات الجديدة؟

3- الجانب التكنولوجي: ما المعلومات التي نحتاجها لتدعيم وتقوية الوضع الحالي وما طبيعة التكنولوجيا التي نحتاجها؟

ويجب أن يكون هناك تكامل بين ما يتم من تغيير في تلك الجوانب الثلاثة. ولا يجب أن يتم التغيير في أحدها على حساب الجانبين الآخرين. وعلى قادة التغيير أن يفكروا في منظماتهم دائماً انطلاقاً من أنها "نسق مفتوح ودينامي"، فهذا يساعدكم كثيراً في تنفيذ التغيير واسع النطاق الذي يتطلب نظرة كلية للمنظمة.

(2) التآلف والتناغم والضبط بين أقسام المنظمة

يبين الجدول التالي رقم (4-17) النموذج الطبيعي لأي تحول تنظيمي أو عملية تغيير واسعة النطاق في المنظمة:

أداة القياس رقم (4-17)
متابعة الجوانب الأساسية في المنظمة عند إجراء التغيير

تعليمات الإجابة:

نقدم لك فيما يلي نموذجاً لصحيفة متابعة للجوانب أو المناطق الأساسية في المنظمة عند إجراء التغيير. ويشمل هذا النموذج مجموعة من الأسئلة مفتوحة النهايات، عليك أن تجيب عنها بصدق وأمانة بالشكل الذي يعكس واقع الحال في منظمك حتى يمكن الاستفادة من ذلك في إظهار الصعوبات والمشكلات التي ربما توجد في أحد هذه الجوانب أو المناطق/ ومن ثم إيجاد الحلول المناسبة لها.

أداة القياس رقم (4-17)

الجوانب أو المناطق الأساسية	أسئلة تساعدك على كشف النقاب وإظهار الصعوبات والمشاكل التي ربما توجد في الجانب أو المنطقة المعنية من جوانب المنظمة الأساسية
1- بناء وتصميم هيكل العمل في المنظمة	أ - هل أدوار ومسؤوليات الأفراد واضحة ومحددة، بحيث يعرف كل منهم دوره ومسؤوليته في العمليات الجديدة (عمليات التغيير)؟ ب- هل أدوار ومسؤوليات الأفراد على درجة من المرونة، بحيث تسمح للأفراد بالتكيف مع الأساليب الجديدة للأداء والعمل؟ ج- هل بيئة العمل تشجع على التغيير؟
2- المتطلبات الخاصة بالمديرين	أ- هل التوقعات الجديدة (ما هو متوقع من التغيير) واضح للمديرين؟ ب- هل يفهمون جيداً ماهية التغييرات الجديدة؟ ج- هل يعرف كل منهم حدود دوره ومسؤوليته بوضوح؟
3- قياس الأداء	أ- هل مقاييس الأداء الموجودة قادرة على قياس السلوكيات المرغوبة (المتوقع حدوثها بعد التغيير) وتقديرها بدقة؟
4- نظام الحوافز والمكافآت	أ- هل أنظمة الحوافز والمكافآت في المنظمة تسمح بتدعيم السلوكيات والأداءات الخاصة بالتغيير؟ ب- هل هناك سلوكيات جديدة يجب أن تشجع وتُثاب؟ وهل هناك سلوكيات جديدة أخرى يجب أن تكف أو تثبط؟ ج- ما المكافآت أو المكاسب المخصصة للقادة والمؤثرين في المنظمة؟
	د- ما المكافآت أو المكاسب سواء الرسمية (المنصوص عليها لائحيا) وغير الرسمية؟ هـ- ما الظروف والإنجازات التي تستدعي الترقية (قواعد الترقية)؟ و- هل العمال راضون عن نظام المكافآت الموجود؟
5- تحديد الأهداف	أ- هل أهداف الأفراد (الأهداف الفردية) تتسق مع الأهداف العامة للمنظمة؟

الجوانب أو المناطق الأساسية	أسئلة تساعدك على كشف النقاب وإظهار الصعوبات والمشاكل التي ربما توجد في الجانب أو المنطقة المعنية من جوانب المنظمة الأساسية
6- المهارة والكفاءة	أ- ما المهارات الجديدة المطلوب إكسابها للأفراد؟ ب- ما المهارات الموجودة بالفعل الآن، وتعتبر قليلة القيمة وغير ضرورية؟
7- أنظمة الإدارة	أ- هل أنظمة الإدارة القائمة قادرة على قياس المتغيرات محل اهتمامنا، والتي نرغب في أن تكون محل اهتمام المنظمة كجزء من عملية التغيير؟ ب- هل تتم الاستعانة بعمليات جديدة؟ وكيف سيتم قياسها وتقديرها؟
8- عمليات الاتصال	أ- ما المعلومات الجديدة التي يجب توفرها ونشرها على أوسع نطاق بين العاملين في المنظمة؟
9- العلاقات	أ- هل بيئة العمل تسمح بوجود أنماط جديدة من العلاقات والتفاعل بين الأفراد، والأقسام المختلفة في المنظمة؟

ويوضح الجدول السابق (4-17) كيف يتفاعل كل من البناء التنظيمي والجانب التكنولوجي والعمليات والتقويم والمكافآت والبشر معا ليرجموا الرؤية إلى أداء على أرض الواقع. وما نريد أن نؤكد عليه هو أن نجاح عملية التغيير في تحقيق أهدافها الكبرى يستلزم التناسق والتنسيق بين كل تلك المكونات والجوانب التنظيمية. إن كثيرا من المنظمات عندما يريد إحداث تغيير، فإنها تركز على إحلال تكنولوجيا جديدة وتعديل في العمليات وتهمل باقى المكونات. وهنا يحدث خلل شديد، حيث يظل العاملون يعانون من نقص في المهارات والكفاءات ليتعاملوا مع تلك المستجدات التكنولوجية، وبالتالي يصعب تحقيق الأهداف المرجوة من التغيير.

فلكى نحقق نتائج طويلة المدى في المنظمة، لا بد من التعامل مع المكونات الجوهرية (المتحركة في الحركة وانسيابية الأداء في المنظمة ككل) للتأكد من عدم وجود صعوبات تحول دون إتمام عملية التغيير واسع النطاق.

وأداة القياس رقم (4-17) تساعدك في هذا الشأن، وتوضح لك كيف تتابع المكونات والجوانب التنظيمية المختلفة وما يحدث فيها من تقدم عبر مسيرة التغيير بمختلف مراحلها.

(3) استخدام الأفراد المناسبين للحفاظ على قوة الدفع واستمرار التغيير

بعد تحقيق المكاسب قصيرة المدى للتغيير، يكون لدى قادة التغيير والمسؤولين عنه معلومات واضحة عن الأفراد الذين ساهموا في نجاحه ودفعه للأمام، والآخرين المعوقين له والذين عارضوه. وفيما يلي بعض الاعتبارات الخاصة بالأفراد، والتي تؤدي إلى أن تظل قوة الدفع للتغيير قائمة في المنظمة:

- أ - أعد التفكير المتأنى والتقييم للأفراد الذين أوكلت إليهم قيادة التغيير وإدارته، وبخاصة في المستويات الوظيفية الدنيا.
- ب- فكر في كيفية "إعادة تحفيز" من يشعر من القادة بالإجهاد نتيجة لما بذله من جهد في المراحل السابقة.
- ج- فكر وحدد الأفراد الذين يمكن الاستعانة بهم لمساعدة فريق التوجيه، وكذلك المجموعات المؤثرة في مسيرة التغيير.
- د- حدد الأفراد الذين لا يزالون رافضين للتغيير أو مقاومين له.
- هـ- حدد الأفراد الذين يجب استبعادهم من فرق توجيه وإدارة التغيير.

(4) التأكد من أن التغيير الذي تم كان واسع النطاق وفعالاً

تمثلت التحديات الكبرى لخطوات التغيير السابقة في إثبات أن التغيير ضرورة ملحة للمنظمة/ وأنه قابل للتنفيذ. أما الآن/ وبعد أن قطعنا هذا الشوط وحققنا بعض الفوائد، فإن التحدي لم يعد متمثلاً في أن نجعل الأفراد يبدؤون العمل من أجل التغيير، بل في أن يظلوا ملتزمين برؤية التغيير وخطته والتقدم للأمام لإكمالها. فعلياً في تلك المرحلة أن نشجع التفاعلات الإيجابية بين المجموعات والأقسام المختلفة في المنظمة، وأن نحرص على أن تكون تفاعلات بناءة تنقل آثار التدريب بينها تماماً مثل الأواني المستطرقة. وكذلك علينا أن نعي أن التغييرات الكبرى لن تتحقق إذا كان أصحاب القرارات بشأنها أفراداً ذوي توجهات متعددة. فالتفاعلات والمناقشات الكثيرة ومتعددة الأطراف كثيراً ما تكون في غير صالح نجاح التغييرات الكبرى.

ولكي نزيد من التفاعلات الإيجابية البناءة ونقلل من التداخلات والتفاعلات السلبية بين المجموعات والأقسام المختلفة في المنظمة، ولكي نحافظ على قوة الدفع مرتفعة لاستكمال التغيير بنجاح، فإن على قادة التغيير في تلك الخطوة أن يقوموا بما يلي:

- أ - إرشاد فرق التغيير في الأقسام والوحدات المختلفة، بحيث يمكن لتلك الفرق اتخاذ قرارات تتسق مع الرؤية العامة للتغيير، بحيث تتأزر وتتكامل كل تلك القرارات ولا تكشف عن تضارب.

- ب- حل الصراعات وتحديد الأولويات.
- ج- تقييم نتائج ما يتم من تقدم، وتنسيق الجهود المختلفة اللازمة لاستكمال المسيرة.
- د- الاستمرار في إزالة ما يستجد من عراقيل وصعوبات.
- هـ- تعيين أحد مديري التخطيط أو مدير تنفيذ برامج للمتابعة، والتأكد من أن جهود التغيير في الأقسام والوحدات المختلفة تتم بشكل متكامل ومتسق مع الرؤية العامة للتغيير.

و- اتخاذ القرارات الصائبة في الوقت المناسب.

(5) استمرار دعم الانخراط في التغيير ومساندة القادة له

إن مرحلة ما بعد تحقيق بعض المكاسب قصيرة المدى للتغيير هي أكثر خطوات عملية التغيير حاجة إلى مساندة ودعم قادة التغيير للعاملين، والتواصل معهم وحثهم على الاستمرار. ولأن المديرين، يأخذون تعليماتهم ويتأثرون بقادتهم، فإنه إذا فقد القادة تركيزهم وقل اهتمامهم بما يتم من تغيير، فإن ذلك سوف ينسحب مباشرة على المديرين ويدركون منه أن الحاجة للتغيير والرغبة في استمراره قد خمدت. وفيما يلي عدد من الاستراتيجيات التي تساعد على أن يظل القادة على درجة عالية من قوة الدفع ومساندة ما يتم من تغيير والرغبة في استكمالها:

أ - حافظ على أن يظل مستوى الشعور بالحاجة للتغيير مرتفعاً، وذلك بالبحث عن أية أساليب جديدة تدعم بها حالة الشعور بالحاجة لاستمرار التغيير والرغبة في تحقيق أهداف مستقبلية.

1- هل ما تم تحقيقه من مكاسب قصيرة المدى يمكن أن يستخدم لإيضاح الفوائد

المتوقعة من التغيير الكلي؟

2- هل ما تم تحقيقه من تغيير حتى الآن يمكن أن يستخدم لتدعيم استمرار التغيير

ودفع المنظمة في الاتجاه الذي ننشده؟

ب- اجعل نتائج التغيير الذي تم أكثر وضوحاً وقوة، وتذكر أن ما حققته من تقدم لن

يعنى للعاملين شيئاً إلا إذا عرفوا به ولمسوا آثاره مباشرة.

1- قم بعمليات تواصل واسعة النطاق ليعرف الجميع ما تم من تقدم ونتائج ما

تحقق من تغيير.

2- قم ببعض الإجراءات الملموسة مثل الترقيات والمقابلات العامة والاحتفالات بما تم

تحقيقه من تقدم.

ج- أظهر الالتزام بالتغيير من خلال الأفعال وليس الأقوال فقط. فمن الضروري تحويل الأقوال إلى أفعال يراها الآخرون، حتى يقتنعوا بما نريد. ويجب الحرص على أن تكون تلك الأفعال متسقة مع الرؤية العامة للتغيير.

1- توقف عن الإشارات والسلوكيات التي تذكر العاملين بالطرق القديمة في الأداء، وقم بالسلوك الذي يعبر عن الطرق الجديدة وانقلها للآخرين.

2- اجعل الآخرين ينتبهون لمن تمت ترقيتهم نتيجة لجهودهم في التغيير وركز الأضواء عليهم.

3- أكد في كل لقاءاتك وأحاديثك مع الآخرين أهمية وضرة السلوكيات المرغوبة لاستكمال التغيير.

4- عليك أن تعتمد في توجيهك وإرشادك للآخرين، على ما يسمى بأسلوب النمذجة. ومعناه أنك بدلا من أن تقول للفرد افعل كذا وكذا قل له افعل مثلما يفعل فلان.

5- اجعل الفرد الأكثر التزاما وانخراطا في التغيير يتولى تدريب واحتضان فرد آخر أقل منه مع التركيز على الجانب الأدائي (فكرة الأسطى والصبي).

د- تأكد أن أولئك الذين ينفذون التغيير لا يزالون على وعى كامل ومعرفة تامة بالهدف الأساسي للتغيير. فمن الضروري من آن لآخر أن نذكر العاملين بذلك.

1- أجر لقاءات موسعة مع المشاركين في التغيير لمعرفة انطباعاتهم وآرائهم وقدم لهم العائد المناسب.

2- استفد من اللقاءات والمحادثات غير الرسمية، ولا تكتفِ باللقاءات الرسمية.

هـ- اخلق مزيدا من الالتزام: وذلك بالتواصل مع الأفراد والجماعات الأساسية ذات الأهمية الخاصة في عملية التغيير. ونقصد بهم أولئك الذين يمكنهم إما أن يساعدوا في استمرار فعاليات التغيير، وإما أن يوقفوها ويؤثروا سلبيا فيها بشدة، على أن يراعى الآتي:

1- اجعل كل منهم يعلم جيدا ما تحقق من نجاح وما يواجهنا من تحديات.

2- انتهر أي فرصة لمعرفة آرائهم ووجهات نظرهم.

3- قم بإعداد وسائل القياس المناسبة لمتابعة جهود التغيير.

4- وضح أن عملاء المنظمة سعداء بما تم من تغيير.

5- وضح - معتمدا على مؤشرات كمية وكيفية- أن المنظمة حققت تقدما ملموسا.

و- تأكد من أن القيادات الوسطى تدعم التغيير: فإذا كانت عملية التغيير من ذلك النوع الذي يستغرق وقتاً طويلاً أو إذا كانت القيادات الوسطى في المنظمة غير ملتزمة بشكل كافٍ في عملية التغيير، فإن ذلك يشكل تهديداً كبيراً لنجاح التغيير. وبالتالي يجب الوعي التام بأهمية وخطورة دور هذا المستوى الأوسط من القادة والمديرين. وعليك هنا أن تجيب عن السؤالين الآتيين:

1- ما الأدوار المناسبة التي يمكن أن يقوم بها مديرو هذا المستوى، بحيث نجعلهم مشاركين فاعلين في عملية التغيير؟

2- ما المعلومات التي يحتاجها هؤلاء المديرون لكي يمكنهم دفع عملية التغيير للأمام بشكل ملائم؟

ز- استمع جيداً لكل العاملين في المنظمة: فجمع المعلومات من كل الأطراف وسماع كل وجهات النظر له دور حاسم في مساعدتنا في التعامل مع ما يواجهه التغيير من صعوبات وعراقيل. وذلك بالإجابة عن الأسئلة الآتية:

1- ما آراء وانطباعات العاملين عن التغيير؟

2- ما أهم المشاكل والصعوبات التي يتحدثون عنها؟

3- ما توقعاتهم من التغيير؟

4- ما الفوائد (الإيجابيات) والمخاطر (السلبيات) التي يرونها فيما تم من تغيير؟

5- إلى من يلجئون للحصول على المعلومات وممن يستوثقون من صحتها؟

ح- قم بعمل تقييم لمدى فاعلية عمليات التواصل الخاصة بالتغيير: وتكمن أهمية ذلك في أنه الدرع الواقى من الشائعات والأكاذيب حول معدل التقدم الحادث في المنظمة، وذلك كما يلي:

1- اجعل كبار القادة التنفيذيين في المنظمة وكذلك أعضاء فرق توجيه التغيير وإدارته يعقدون لقاءات موسعة مع أكبر أعداد ممكنة من العاملين وتعريفهم بما تم ووضعهم في الصورة دائماً.

2- أجر بعض الأبحاث المسحية السريعة أو القصيرة مركزاً على الجماعات المهمة.

3- تأكد أن معلومات وإدراكات القادة عن عملية التغيير لا تزال صادقة وواضحة.

ط- اجعل أعضاء فرق التوجيه يكشفون المشكلات على حقيقتها في أرض الواقع؛ ذلك أنه من الأخطاء الشائعة أن يعتقد أعضاء فرق التوجيه أن المشكلات الموجودة قليلة وأن الأمور تسير على أحسن حال. فعادة ما يكون ذلك عكس

ما يراه العاملون في الواقع. ولهذا فمن الضروري أن يتعرف قادة التغيير من خلال المعايضة الفعلية على مشكلات العاملين المشاركين في التغيير الواقعية بخصوص كل من:

- 1- معدل أو سرعة التغيير.
 - 2- الاتجاهات نحو التغيير.
 - 3- مستوى الدافعية.
 - 4- المعتقدات حول المنظمة ومستوى دافعية القيادات.
- ي- حافظ على استمرار مشاركتك الفعلية القوية في جهود التغيير؛ فيجب على القادة أن يظلوا مهتمين جدا ومنهمكين في جهود التغيير وأن يجعلوا ذلك واضحا للآخرين. ومن الأساليب التي تكشف عن أن القادة لا يزالون ملتزمين بعملية التغيير ما يلي:
- 1- المشاركة في كل المواقف والأحداث التواصلية.
 - 2- الحرص على أن يكونوا أول الحاضرين في جلسات التدريب.
 - 3- عدم التغيب عن اجتماعات وجلسات ولقاءات فريق التغيير الرئيسي وأكبر عدد من العمال المشاركين.
 - 4- تلقي تقارير دورية من فرق التغيير بهدف المتابعة والتواجد الدائم في قلب الأحداث.

النتائج

- إذا كانت فرق التوجيه قد نجحت في الحفاظ على قوى الدفع للتغيير، وحافظت على استمرار كل من القادة والعاملين في المنظمة منخرطين وملتزمين بجهود التغيير، فيجب أن نرى العلامات والمؤشرات التالية الدالة على حدوث تقدم في مسار عملية التغيير:
- 1- إعادة تنشيط عملية التغيير والإيمان بها، بحيث يسود المنظمة مناخ عام من الفرح والسعادة بما تحقق من إنجاز وتفاؤل بما هو قادم.
 - 2- انضمام أفراد جدد للمساعدة في جهود التغيير وزيادة في عطاء ومشاركة من كانوا يساعدون من قبل.
 - 3- تبدى القيادة العليا والرؤساء في المنظمة مزيدا من القيادة الداعمة للتغيير، ويبدون انخراطا ومشاركة أقوى في جهود التغيير.
 - 4- مزيدا من التركيز القوى والمستمر على تحقيق مستوى أداء أعلى ونجاح أفضل.
 - 5- تحديد واضح ودقيق لأولويات التغيير في المرحلة التالية.

الخطوة الثامنة: تدعيم التغيير ومساندته

دائماً ما يقف القديم عائقاً أمام الجديد، فللأشياء التقليدية الشائعة قوة كبرى تقف حائلاً أمام أية محاولة لتجديدها أو تغييرها. لذلك فلن يكون لما أجريناه من تغيير أثر فعال في المنظمة، إلا إذا نجحنا في جعله متغلغلاً بقوة، وأن يصبح جزءاً لا يتجزأ من نسيج المنظمة وثقافتها، وليس مجرد شيء جديد مضاف إلى الكيان القديم. أى لا بد أن يصبح هذا التغيير جزءاً من صميم هيكل المنظمة وعملياتها الأساسية.

هدف الخطوة

بعد أن نجحنا في تحقيق بعض التقدم في مسيرة التغيير وحققنا بعض الإيجابيات والمكاسب قصيرة المدى، وبعد أن تمكنا من الاحتفاظ بقوة الدفع لاستمرار التغيير واستكمال باقى خطواته، فإننا نصبح في حاجة ماسة إلى أن ندمج تلك السلوكيات الجديدة في نسيج المنظمة، ندمجها فيها دمجا بحيث تصبح جزءاً من تكوينها. والواقع أنه من الصعب أن يتم ذلك إلا إذا جعلنا تلك المستجدات محل دعم قوى لكى تتناغم مع ثقافة المنظمة. وأولى خطوات النجاح في عمل هذه الدمج، هى أن يكون قادة المنظمة هم النموذج والقُدوة في تبني هذا السلوك الجديد واتخاذ قراراتهم على هداة، وأن يقدموا كل دعم ممكن للآخرين ممن ينهجون هذا النهج ويتمسكون بهذا الجديد الناتج عن التغيير.

الإجراءات

لا بد لتدعيم وترسيخ آثار التغيير ومرتباته ومساندتها لجعلها دائمة ومستمرة، أن تصبح جزءاً لا يتجزأ من الأنساق الرسمية وغير الرسمية للمنظمة والأداء والعادات التى تشكل ثقافة المنظمة. وهناك مجموعة العوامل التى تساعد على تحقيق ذلك وهي:

- 1- اجعل لتلك السلوكيات الجديدة آثاراً إيجابية واضحة وملموسة يدركها الجميع وافعل ذلك بأسرع ما يمكن، فلا يكون هناك فرق زمنى بين السلوك الجديد وآثاره الإيجابية.
- 2- اشرح للعاملين كيف أدى التغيير إلى التحسن والتقدم في المنظمة، ولماذا لم تعد طرق وأساليب الأداء القديمة (ما قبل التغيير) صالحة وملائمة.
- 3- دعم الأداءات التى تجعل هذا التغيير ومرتباته قائماً ومستمرًا.
- 4- تأكد من أن قيادات المنظمة يسلكون ويدعمون تلك السلوكيات الجديدة.
- 5- أجر ما تراه ضرورياً من إعادة تنظيم في المنظمة (تنقلات وترقيات..الخ).

وفيما يلي المناطق أو الأقسام أو المكونات المهمة التي يجب التركيز عليها في المنظمة لضمان استمرار ودوام آثار التغيير ونتائجه:

أ - الأنساق الإدارية

- 1- الأقسام والأدوار والمسؤوليات.
- 2- الأهداف والأداء.
- 3- نظم المعلومات.
- 4- العمليات الإدارية.

ب- البنية التنظيمية

- 1- قواعد التوظيف.
- 2- التوجيه والتعلم والتدريب.
- 3- وضع الأهداف.
- 4- قواعد تقييم الأداء.
- 5- قواعد المكافآت والحوافز.
- 6- عمليات التواصل.

ج- الممارسات والأنشطة غير الرسمية

- 1- النصح والتوجيه والمشورة بشكل ودي غير رسمي.
- 2- اللقاءات الاجتماعية الودية.
- 3- التقدير غير الرسمي.
- 4- الأندية والخدمات الاجتماعية.

ونعرض فيما يلي - ببعض التفصيل - للعوامل الخمسة السابق الإشارة إليها كوسائل لتدعيم بقاء ما تم من تغيير وترسيخه وجعله جزءا من نسيج المنظمة.

(1) تحقيق نتائج إيجابية ملحوظة بأقصى سرعة ممكنة

كما هو واضح، فإن ذلك الجزء من الخطوة الثامنة يرتبط ارتباطا وثيقا بالخطوة السادسة (تحقيق مكاسب قصيرة المدى للتغيير). فمن الضروري أن يكون للسلوكيات الجديدة الناشئة عن التغيير آثار ونتائج إيجابية ملموسة، وأن تستمر لبعض الوقت أثناء التغيير وبعده. فتلك النتائج الإيجابية هي الدليل القاطع على أن للتغيير أثرا فعالا على الجوانب المختلفة في المنظمة وأن تلك السلوكيات أو الحالة الجديدة أكفأ وأحسن بكثير من الحالة القديمة.

وكما أشرنا، فإن تلك النتائج الإيجابية تصبح أكثر وضوحا ولفتا للأنظار إذا ظهرت في شكل عياني ملحوظ، مثل زيادة عدد عملاء المنظمة وزيادة استمرار تعاونهم معها، وانخفاض عدد شكاواهم وملاحظاتهم السلبية، وسهولة تبادل المعلومات داخل المنظمة. بمعنى زيادة كفاءة نسق تبادل المعلومات، بحيث يمكن لكل فرد الحصول على ما يلزمه من معلومات وبيانات ليقوم بعمله خير قيام، والعمل على تدعيم السلوكيات الإبداعية للعاملين.. الخ، من نتائج ملموسة تثبت الأثر الإيجابي لما تم من تغيير.

(2) شرح وتفسير يوضح للجميع: لماذا أدى التغيير إلى ذلك؟ ولماذا هو مفيد؟ ولماذا لم تعد الطرق القديمة صالحة أو مناسبة للأداء؟

إن العاملين في المنظمة في حاجة إلى أن يعيشوا مباشرة (يروا رؤيا العين) ويفهموا العلاقة بين الممارسات الجديدة وتحسن الأداء، وذلك حتى يقتنعوا تماما بصحة ومصداقية التغييرات التي تمت، ويشعروا بالثقة والأمان وهم يتبنونها ويلتزمون بها ويسلكون في ضوئها. فمن الضروري أن نثبت للعاملين أن ممارساتهم الجديدة هي السبب وراء تلك النتائج الإيجابية. وبنفس القدر من الأهمية لا بد أن يفهموا ويقتنعوا بأن الممارسات القديمة لم تعد تتلاءم مع الثقافة الجديدة للمنظمة. فكل من العمل على تقوية الجديد وإضعاف القديم وفهم العاملين لذلك واقتناعهم به يجب أن يظل ماثلا في عقول العاملين في المنظمة وراسخا في وجدانهم.

(3) دعم كل الممارسات التي تجعل الآثار الإيجابية للتغيير قائمة ومستمرة

حتى يصبح هذا التغيير ثابتا ودائما، فإن الممارسات التي تدعمه يجب أن تلقى كل الدعم من قادة المنظمة ونظمها الإدارية وبنيتها الأساسية. وهذا الدعم من المفروض أن يكون قد بدأ منذ خطوات سابقة من خطوات التغيير كما يلي:

- أ - في الخطوة الخامسة: غير الأنساق الإدارية والبنية الأساسية إذا كان ذلك من شأنه إزالة أي عقبات أو عراقيل شديدة تقف أمام عملية التغيير.
- ب - في الخطوة السادسة: أوضح للعاملين الآثار الإيجابية للتغيير في صورة واضحة وملموسة وفي الوقت المناسب.
- ج - في الخطوة السابعة: كثف من جهودك لتغيير ما يوجد في المنظمة من تعارض بين مختلف الأنساق والهياكل التي لا تتفق مع الرؤية.

وعلينا في تلك الخطوة الثامنة أن نستمر في ذلك، ونتأكد أن ما تم من تغيير والنتائج التي ترتبت عليه تتوافق مع أنساق المنظمة وهيكلها. وبالإضافة إلى ذلك اجعل الأفراد الذين ساهموا في تلك الممارسات الجديدة وكانوا من أسباب نجاحها ينقلون خبراتهم الإيجابية للآخرين، حتى يصبح هذا التغيير متغلغلا في كل ركن في المنظمة، ولدى كل فرد من أفرادها.

(4) إعداد وسائل اتصال يمكن من خلالها أن تقوم قيادة المنظمة بتدعيم التغيير وما ترتب عليه من نتائج

عندما تصل جهود التغيير إلى نهايتها فعلينا الحرص على أن يظل التغيير محل دعم وتشجيع قادة المنظمة، وأن يكونوا - في الوقت ذاته - قدوة ومودجا لتلك الممارسات الجديدة. إن قادة المستقبل وقادة ما بعد التغيير يجب أن يكونوا متحمسين لتلك الممارسات الجديدة وللقيم التي تنسجم مع الرؤية المستحدثة في المنظمة، ولأية مهارات أو خبرات من شأنها تثبت دعائم ما تم من تغيير.

ولكي نتأكد من أن القيادة الجديدة لن تهدم ما بنيناه، وأنها سوف تقف بجانبه مساندة ومؤيدة، احصل على إجابات عن الأسئلة التالية:

- أ - ما المعايير التي تم على أساسها اختيار هؤلاء القادة الجدد؟
 - ب- هل القيم الجديدة الناشئة بعد التغيير قد وصلت إلى هؤلاء القادة؟ وكيف؟
 - ج- ما السلوكيات التي إذا قام بها هؤلاء القادة فإنها سوف تلقى التقدير والدعم، والسلوكيات الأخرى التي ستكون محل رفض واعتراض العاملين؟
 - د- ما الظروف المتاحة لهؤلاء القادة الجدد لكي يمارسوا من خلالها تلك السلوكيات؟
- فإذا تبين أن هؤلاء القادة لم يتم اختيارهم بحرص وبشكل ملائم وعلى أسس موضوعية تتسق مع ما تم من تغيير، فإن بقاءهم في مراكزهم يهدد كل ما أنجزناه، بل وقد تنهار كل جهود التغيير التي قمنا بها، وتنشأ حالة من الرفض والصراع بين قادة المنظمة والعاملين فيها. وبالتالي من الضروري استبعاد أية قيادة جديدة لا تتسق قيمها رؤيتها مع رؤية ما تم من تغيير.

ولكي تزيد من فرص نجاح القيادات الجديدة، ضع في الاعتبار الإجابة عن الأسئلة التالية:

- أ - ما مستوى التدريب الذي حصل عليه هؤلاء القادة الجدد؟

- ب- إلى أى مدى سوف يقوم زملاؤهم بالتعاون معهم ودعمهم؟
ج- ما الأنشطة غير الرسمية واللقاءات ذات الطابع الاجتماعي غير الرسمي والعادات والتقاليد الراسخة في المنظمة التي يمكننا الاعتماد عليها واستخدامها كوسيلة لاستبعاد هؤلاء القادة الجدد الذين لا يقتنعون أو يتبنون ما تم من تغيير ومرتباته؟
د- هل يتم اتخاذ القرارات في المنظمة في ظروف أو مواقف يصعب لهؤلاء القادة الجدد الوصول إليها؟

(5) قم بالتغييرات اللازمة لاستمرار دوام التغيير وبقاء آثاره

لا شك أن ما تم من تغيير في المنظمة يتطلب من العاملين أن يغيروا من سلوكهم. إلا أن بعض الأفراد لا يقدر على ذلك، وهذا شيء طبيعي، فليس كل الأفراد قادرين على أن يغيروا سلوكهم، ليتوافقوا مع ظروف جديدة. وأول تصرف ينبغي القيام به في مثل تلك الظروف، هو أن نعطي لهؤلاء الأفراد فرصة لتغيير سلوكهم ونوضح لهم ذلك ونعطيهم مهلة محددة الوقت ونشرح لهم بوضوح ما نتوقعه منهم وما يجب أن يفعلوه حتى يثبتوا بالفعل أنهم قد تغيروا.

أما إذا كانت عدم قدرتهم على التغيير هذه راجعة إلى نقص في المعارف أو القدرات أو المهارات، فيجب أن يتعرضوا لبرنامج تدريبي ملائم لذلك. وإذا لم يحدث التغيير أيضا بعد البرنامج التدريبي، فيتم التعامل معهم بشفقة واحترام ونعرض عليهم بدائل مهام أخرى. وإذا لم يكن هذا متاحا، فابذل ما في وسعك لمساعدتهم في العمل في مكان آخر، أو وظيفة أخرى في منظمة أخرى.

النتائج

عندما يصبح التغيير، وما نتج عنه من آثار جزءا لا يتجزأ من كيان المنظمة، فإننا سنرى ونشعر بذلك. وإذا كنا قد مارسنا الخطوات الثماني للتغيير بنجاح وكفاءة، وتم بالفعل استيعاب آثار ومرتبات التغيير، بحيث أصبحت متغلغلة في نسيج المنظمة، فإننا نرى المؤشرات التالية بوضوح:

- 1- تختار المنظمة قادتها ممن يتبنون تلك السلوكيات الجديدة ويشجعونها، ويمثلون نماذج تحتذى في هذا الخصوص.
- 2- تدمج المنظمة تلك السلوكيات الجديدة (نتائج التغيير) في نسق أدائها، بحيث نكون بصدد ثقافة عامة جديدة تختلف عما كان عليه الوضع قبل التغيير.

- 3- يكون لدى قوة العمل في المنظمة القدرة والدافعية لإنجاز ما تهدف إلى تحقيقه من نتائج، وتزيد قدرتها على إدارة الوضع الجديد بكفاءة واقتدار.
- 4- تصبح نظم الإدارة في المنظمة قادرة على تقييم ودعم ومكافأة السلوكيات الجديدة.

الخطوة التاسعة: التقييم النهائي للاستعداد للتغيير

هدف الخطوة

هل منظمتك مستعدة للتغيير ومهيأة له؟ وما القضايا والمشكلات التي سوف تواجهها وتتعامل معها في المرحلة الأولى من التغيير (أي الخطوات الثلاث الأولى) عندما تسعى إلى بناء وتكوين مناخ عام يتقبل التغيير، وعندما تكون في حاجة إلى طاقة وقوة دفع عالية لدى العاملين للتغلب على المقاومة للتغيير التي تكشف عن نفسها في الخوف والغضب من التغيير والرضا عن الوضع القائم؟ وما هي القضايا والمشكلات الخاصة بالمرحلة الثانية (أي الخطوات 4، 5، 6) عندما تكون في حاجة إلى أن تجعل قيادة المنظمة تحث العاملين وتشجعهم على التغيير، وتنخرط معهم في هذا التوجه؟ وما القضايا والمشكلات التي قد تواجهها في المرحلة الثالثة (الخطوات 7، 8) عندما تنفذ التغيير وتسعى إلى جعله جزءاً لا يتجزأ من نسيج المنظمة وثقافتها وأسلوبها في الأداء؟

إن الإجابات الواضحة والمحددة عن مثل تلك الأسئلة هي أمر بالغ الأهمية، بحيث يمكننا أن ننفذ التغيير بنجاح، ونحقق المكاسب المرجوة منه.

وربما يبدو غريباً أو غير منطقي أن نضع هذه الخطوة في نهاية الدليل، ولم نجعلها أول خطوة فيه. والواقع أن الذي دعانا إلى ذلك هو قناعتنا التامة، بأنه دون فهم واضح ودقيق كل المفاهيم والمناحي التي عرضنا لها في الخطوات الثماني السابقة، ودون أن نرى ونفهم كيف تحدث عملية التغيير في كل خطوة منها، وأثر ذلك على عملية التغيير برمتها، نقول إنه بدون فهم كل ذلك جيداً، فإننا لن نستطيع أن نفهم جيداً ونستوعب بشكل كامل كيف نقوم بتقدير وقياس مدى استعداد المنظمة للتغيير. وبالتالي يكون عرض هذا الفصل بعد الحديث عن الخطوات الثماني، أمراً منطقياً وصحيحاً.

الإجراءات

تتمثل العناصر الأربعة الأساسية التي تحكم تقدير وقياس مدى استعداد أي منظمة للتغيير فيما يلي:

(1) استكشاف عام لأحوال المنظمة

لا نستطيع أن نبدأ في إجراء أى تغيير دون أن نتعرف بشكل عام على واقع المنظمة، والمناخ العام الداخلي السائد فيها. فلا بد من جمع كل ما نستطيع من معلومات عن الوضع الداخلي للمنظمة. ويجب الحرص على تعدد وتنوع المصادر التى نحصل منها على تلك المعلومات حتى نضمن صدقها، وتكون مقنعة لإدارة المنظمة عندما نعرضها عليها ونتناقش حول دلالاتها وأهميتها.

والشيء الضرورى جدا الذى يجب ألا ننساه هو أن تقدير مدى استعداد المنظمة للتغيير هو إعداد تصور شامل وموضوعي عما يفكر فيه العاملون عن المنظمة أو يعتقدونه، وليس عما هو موجود بالفعل. أى تصور إدراكى لما هو موجود، وليس لما هو موجود في ذاته، تصور لإدراكات العاملين للمنظمة وما يحدث فيها. ولهذا فنحن لا يجب أن نقول: "إن تقديرنا وقياسنا يشير إلى كذا"، بل نقول "من قابلناهم وسألناهم قالوا أو رأوا كذا".

(2) حدد صعوبات ومعوقات التغيير الموجودة

يجب أن يكون أول ما نهتم به في أى عملية تغيير، هو أن نحدد المعوقات الثقافية التى تواجه التغيير. وكلما كان تحديدنا لتلك المعوقات مبكرا، زادت فرصتنا في معرفة أسبابها الحقيقية، وأنسب أساليب التعامل معها. فالوقت والجهد اللازم للتعامل مع مختلف الصعوبات والمشكلات في البداية، يكون أقل بكثير بالمقارنة إذا تم تجاهلها وتركها للتعامل معها في مرحلة تالية.

بمعنى آخر: أنه من الضرورى تحديد الصعوبات والمعوقات التى تقف في سبيل التغيير، والتعامل معها مبكرا وعدم تركها، أو تأجيل التعامل معها حتى لا تتفاقم.

(3) تكلم مع العاملين في المنظمة

يجب الحديث مع العاملين في المنظمة وبخاصة ممن يعملون في المستويات الوظيفية المنخفضة. فهؤلاء عادة يعرفون الكثير - مقارنة بالرؤساء والقادة- عن الاحتياجات والمشكلات الواقعية وأنسب طرق حلها والتعامل معها، ذلك لأنهم يعيشون ذلك يوميا وبشكل مباشر.

ومن المهم أن يعرف قادة المنظمة كيف يفكر ويشعر ويعمل هؤلاء العاملون البسطاء وماذا يريدون، وطبيعة الأسلوب الذى يأملون أن يؤدوا به أعمالهم. فتلك المعلومات ضرورية للقادة، قبل أن يقرروا ما يجب أن يتغير وكيف.

(4) كن متوقعا ومستعدا لمن سيرفضون التغيير أو يقاومونه

علينا ألا ننسى أن مقاومة التغيير والخوف منه أمر حتمي وطبيعي، وبالتالي فعلينا أن نعد الخطط المناسبة للتغلب على خوف وغضب البعض من التغيير، وتبريره ورضاه بواقعه الحالي. والخطوة المناسبة والفعالة هنا هي القدرة على رفع مستوى دافعية الأفراد للتغيير، وتنهض تلك الخطوة على أساس معرفة دقيقة لواقع المنظمة والمصادر الداخلية التي ستقاوم التغيير، وأسباب ومبررات تلك المقاومة والرفض، وكيفية التعامل مع كل مصدر من تلك المصادر بجدية.

تلك هي إذن العناصر الأربعة الأساسية التي يجب مراعاتها عند تقديرنا وقياسنا لمدى استعداد أى منظمة للتغيير. وبناء على ذلك، فإن فهمنا الدقيق لإدراكات كل من العاملين، والمديرين، والقادة، عن منظمته، ومدى تقارب تلك الإدراكات مع الواقع الفعلي للمنظمة، أمر حاسم في أى عملية تغيير. فأسلوب تعاملنا مع أى مشكلة وقدرتنا على حلها يتوقف على ما إذا كانت مشكلة واقعية حقيقية، أم نشأت نتيجة إدراك خاطئ وسوء فهم، أم راجعة إلى سبب آخر.

إن تقديرنا لمدى استعداد المنظمة للتغيير، يجب أن يمكننا من تقدير واقع المنظمة الحالي، وأيضا أهم الأشياء التي تمثل تهديدا للتغيير عبر خطواته الثماني، ولهذا يجب أن نجري هذا التقدير عبر كل خطوات التغيير؛ لأن ذلك سيلقى الضوء على ما يمكن أن يهدد نجاحنا في المرحلة التي نحن بصدددها، وما يحتمل أيضا أن يهددنا في مرحلة تالية، وبالتالي نستعد له مسبقا، بحيث يمكننا أن نتخلص أولا بأول من كل ما يمكن أن يهدد التغيير عبر مسيرته الطويلة.

وعندما تقيس الاستعداد للتغيير، حدد بدقة الخطوة التي توجد فيها الآن، أى موقعك بالضبط على متصل عملية التغيير. فإذا كنت - مثلا - لا تزال في مرحلة الاستعداد لبدء التغيير، فيجب أن يكون تركيزك وأنت تقدر مدى استعداد المنظمة لهذا التغيير منصبا على الخطوات التي تمثل المرحلة الأولى للتغيير (أى مرحلة تهيئة المناخ الملائم للتغيير والتي تشمل الخطوات 1، 2، 3)، وكلما تقدمت للأمام، يتضمن تقديرك الخطوات في المرحلتين الثانية والثالثة.

وعلىنا أن نتذكر أنه مهما تقدمنا في عملية التغيير وقطعنا فيها شوطا طويلا، فسوف نظل في حاجة إلى استكشاف الحالة العامة للعاملين في المنظمة، خصوصا فيما يتعلق بمستوى طاقتهم ودافعيتهم حيال ما يقومون به من تغيير.

وأخيرا نؤكد على أن هذا التقدير لمدى تهيؤ المنظمة واستعدادها للتغيير، ليس شيئا ثابتا أو جامدا، بل يمكن أن تعدل فيه حسبما ترى، وأن تعدل في بنوده، أو تضيف إليها وتحذف منها بما يحقق أغراضك.

الأفكار الأخيرة لهذا الدليل

الهدف من هذا "الدليل الميداني" هو مساعدة الأفراد الذين يريدون إجراء تغيير في منظماتهم في ضوء المنحى الذين ينظر للتغيير باعتباره عملية تتضمن ثماني خطوات متفاعلة، حيث يقدم هذا الدليل عددا من الممارسات العملية والأدوات ووسائل القياس التى تم التحقق من كفاءتها وفائدتها في هذا الشأن.

و يتمثل الأمر المهم في أنه يجب أن نكون على وعى تام بأن نجاح أى عملية تغيير ليس متوقفا على المنحى المستخدم، ولا على الممارسات العملية وأدوات القياس، بل يتوقف على مدى دافعية من يتولون هذا التغيير، ورغبتهم الحقيقية في نجاحه. فبدون تلك الرغبة الشديدة، والتي تكشف عن نفسها فيما أسميناه زيادة الشعور بالحاجة الملحة للتغيير، فإن أى جهود للتغيير لن يكون مصيرها النجاح المنشود.

وفي كلمات بسيطة وواضحة يمكننا القول إنه بدون الشعور بالحاجة للتغيير، وما يتولد عنها من انفعال وطاقة تدفع للتغيير، فإن ما يبذل من جهد في أى خطوة تالية - سواء في تكوين فرق توجيه التغيير أو صياغة الرؤية أو التواصل أو التمكين من الفعل- لن يكون له الأثر المتوقع الذى نسعى للوصول إليه. فحجر الزاوية، وأهم عنصر لنجاح التغيير هو الخطوة الأساسية (الخطوة الأولى)، والتي تتمثل في وجود رغبة عارمة، وإدراك قوى لدى الجميع بحاجتهم وحاجة منظماتهم للتغيير.

فإذا لم تكن الخطوات الأولى قوية، وتمثل أساسا ملائما للتغيير، فإن الخطوتين الأخيرتين لن تتسما بالفاعلية والقوة ولن تحققا الهدف منهما. فإذا لم يكن قادة التغيير ملتزمين غاية الالتزام ومنخرطين تماما في عملية التغيير، فإن رسائلهم الاتصالية للعاملين بالالتزام بالتغيير لن يكون لها إلا أثر محدود، وبالتالي يصبح احتمال نجاح التغيير احتمالا ضعيفا للغاية. فإذا كان نجاح التغيير أمرا شاقا ويتطلب الجهد والعرق، حتى وإن كانت قيادة المنظمة تدعمه وتقف وراءه بكل قوتها، فإنه يصبح مستحيلا إذا لم تكن هناك قيادة مقتنعة بهذا التغيير ومساندة له وملتزمة به.

ومنذ تأليفنا لكتاب "جوهر التغيير" أنا وجون كوتر Koter تقابلت مع آلاف المديرين وقادة المنظمات في مختلف دول العالم، سواء قادة منظمات القطاع العام

أو القطاع الخاص، وتناقشنا حول رأيهم وانطباعاتهم بخصوص إجراءات التغيير وفق منحى الخطوات الثماني، وخبراتهم وخبرة منظماتهم في ذلك. وفي كل مرة كنت أسأل من أقاله من هؤلاء القادة والمديرين السؤال التالي: عد بذاكرتك إلى اللحظة التي أدركت فيها أن جهود التغيير التي تقوم بها في منطمتك قد نجحت أو في سبيلها للنجاح، وحدد لي ما كنت تفكر فيه بالضبط في تلك اللحظة: ما كنت تشعر به، هل كنت تشعر بالمتعة وبالفخر؟.

كانت إجابة الغالبية العظمى منهم عن سؤالي هذا أن مشاعرهم في تلك اللحظة كانت مزيجاً من الانفعالات السارة والدافعية المرتفعة. والواقع أن هذا هو بالضبط جوهر نجاح أي تغيير. فالرغبة الشديدة والطاقة العالية الدافعة باستمرار لنجاح التغيير هي جوهر التغيير. ولذا فلكي تنجح جهود التغيير، فعليك - كقائد لهذا التغيير أو المنظمة التي يتم فيها - أن تحرص كل الحرص على تكوين مناخ من الشعور بالحاجة للتغيير والطاقة الدافعة له، ثم انشر بعد ذلك رؤيتك للتغيير، بحيث يعلمها الجميع في المنظمة.

إن هذا "الدليل الميداني" قد خطا خطوة للأمام بعرضه للخطوات الثماني، والقصص الواقعية الخاصة ببعض جوانب عملية التغيير، بشكل يسمح بالتطبيق العملي على أرض الواقع، فهو بمثابة كشف يساعدك في إجراء عملية التغيير بوضوح، ويقدم لك المفاهيم والوسائل وأدوات القياس التي تساعدك على تحقيق هذا الهدف. فباستخدامك لهذا الدليل يمكنك أن تحدد بدقة ما إذا كانت درجة الشعور بالحاجة للتغيير في المنظمة كافية وملائمة للشروع في إجراءاته أو لا، ويمكنك أن تضع خطة تواصلية واضحة وسهلة تخاطب بها عقول وقلوب العاملين في منطمتك، وتوصل لهم من خلالها رؤية التغيير. وفوق ذلك يمكنك أيضاً لا مجرد تحديد المكاسب المباشرة أو قصيرة المدى للتغيير، بل يقدم لك من الأدوات ما يساعدك على استكمال جهود التغيير، لتتحول تلك المكاسب البسيطة المباشرة أو قصيرة المدى إلى مكاسب وفوائد كبيرة وراسخة ودائمة للمنظمة، وللعاملين فيها. وأخيراً، فإن فهمك العميق لمنحى الخطوات الثماني يسمح لك بأن تعتمد عليه كإطار عمل للتعامل مع منطمتك ككل أثناء قيامك بالتغيير.

إن أمكنك كقائد للمنظمة استيعاب هذا الدليل جيداً واتخذته إطار عمل وهادياً يرشدك في عملية التغيير، فسوف يمكنك أن تجعل كل فرد في منطمتك يرى ويشعر بفوائد التغيير المرتقب والذي تأمل في تنفيذه، وسوف يجعلك قادراً على أن تجعل الجميع في المنظمة يتحدثون نفس اللغة، ويلتفون حول رؤية وهدف واحد، لا

أن تجرى التغيير في منظمة تتضمن شتاتا من المجموعات لكل منها رؤيتها وأهدافها. أليس شيئا رائعا أن تشترك في الرؤية، وتتفق مع فريق توجيه التغيير في منظمتك في فهمك لمتضمنات التغيير وأهدافه وكيفية تنفيذه؟ إن هذا الدليل يساعدك تماما في تحقيق ذلك. استخدم ما ورد فيه من أدوات ووسائل وإرشادات واقتراحات ولوحات تصويرية ووسائل قياس... الخ لتكون دليلك الخاص وإطار عملك الذي يناسب عملية التغيير في منظمتك. كن جريئا مقداما، ولا تلتزم حرفيا بما ورد في هذا الدليل لتجعل العاملين معك يرون ويدركون حاجاتهم وحاجة منظماتهم للتغيير، وماذا يحدث عندما يواجه العاملون صعوبات وعراقيل تحول بينهم وبين الاستمرار في التغيير، وخطورة توقف التغيير فور قطف أول ثماره وجني فوائده المباشرة السريعة، وأن التغيير ينجح إذا تم الاعتراف بجهود العاملين القائمين عليه ومكافأتهم على ذلك.. الخ. إن التغيير عمل شاق. واستخدامك لهذا الدليل كإطار عمل يساعدك على احتمالية نجاح هذا العمل الشاق، والوصول إلى الأهداف المأمولة التي تسعى إليها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- 1- إبراهيم شوقى عبد الحميد (1998). علم النفس وتكنولوجيا الصناعة. القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع.
- 2- أحمد سيد مصطفى (1994) إدارة التغيير في مواجهة التحديات: رؤية مستقبلية ودليل عمل للمنظمات العربية. آفاق اقتصادية. العدد 57 - 58، يناير- أبريل.
- 3- أحمد سيد مصطفى (1995). إدارة التغيير: دواعيه، محاوره، وسرعته. المؤتمر السنوى الخامس لاستراتيجيات التغيير وتطوير منظمات الأعمال، مؤسسة وايد سيرفيس للاستشارات والتطوير الإداري، القاهرة: 7-9 نوفمبر 1995.
- 4- أحمد سيد مصطفى (1996). دليل المدير العربى إلى الأيزو 9000. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- 5- أحمد سيد مصطفى (2004"أ"). إدارة الموارد البشرية: الإدارة العصرية لرأس المال الفكري. القاهرة: المؤلف أحمد سيد مصطفى.
- 6- أحمد سيد مصطفى (2004 "ب"). المدير في عالم متغير. القاهرة: المؤلف أحمد سيد مصطفى.
- 7- أحمد سيد مصطفى (2005). إدارة السلوك التنظيمي: نظرة معاصرة لسلوك الناس في العمل. القاهرة: المؤلف أحمد سيد مصطفى.
- 8- أيمن عامر (2003). الحل الإبداعي للمشكلات بين الوعى والأسلوب. القاهرة : مكتبة الدار العربية للكتاب.
- 9- أيمن عامر (2005). مهارات الإبداع وحل المشكلات في : عبد الحليم محمود السيد ومحمد مهران رشوان (محرر). التفكير العلمى : الأسس والمهارات. القاهرة : كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- 10- بول هيرست وجراهام طومبسون (2001). ما العولمة : الاقتصاد العالمى وإمكانات التحكم. ترجمة: فالح عبد الجبار. الكويت: سلسلة عالم المعرفة، العدد 273.

- 11- جيمس هيجنز (2004). 100 طريقة إبداعية لحل المشكلات الإدارية. الطبعة الثانية. ترجمة : إصدارات بيمك بإشراف عبد الرحمن توفيق. القاهرة : منشورات مركز الخبرات المهنية للإدارة بيمك.
- 12- جين سميث (2006). تحفيز الأفراد. ترجمة: قسم الترجمة بدار الفاروق. القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع
- 13- حازم الببلاوي (1992). التغيير من أجل الاستقرار. القاهرة : دار الشروق.
- 14- دان كوهين (2010). أسس التغيير التنظيمي : دليل عملي ميداني. أساليب وأدوات إدارة التغيير في المنظمات. ترجمة : معتز سيد عبدالله. القاهرة : إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع.
- 15- ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري وشكاوى المواطنين (1994 "أ"). اكتشاف وتطوير الإبداع. سلسلة جسر المعلومات الإدارية، العدد 4. الكويت : ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري وشكاوى المواطنين.
- 16- ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري وشكاوى المواطنين. (1994"ب"). خمسة عشر تدريباً لاكتشاف وتطوير الإبداع. سلسلة جسر المعلومات الإدارية. الكويت : ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري.
- 17- ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري وشكاوى المواطنين (1995 "أ"). إدارة التغيير : مهارات التنفيذ. سلسلة جسر المعلومات. الكويت : ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري وشكاوى المواطنين.
- 18- ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري (1995"ب"). كيفية تطوير الرؤية. سلسلة جسر المعلومات الإدارية، العدد 3. الطبعة الثانية. الكويت: مجلس الوزراء، ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري وشكاوى المواطنين.
- 19- ديوان الخدمة المدنية (1995 "ج"). كيف تنمي الدافعية عند العاملين. سلسلة جسر المعلومات. الطبعة الثانية. الكويت: ديوان متابعة أعمال الجهاز الإداري بمجلس الوزراء.
- 20- ديوان الخدمة المدنية (2000). إدارة التغيير. سلسلة جسر المعلومات. العدد 54. الكويت : ديوان الخدمة المدنية.
- 21- ديوان الخدمة المدنية (2003). مهارات المدير في المقابلات. سلسلة جسر المعلومات. العدد 91. الكويت : ديوان الخدمة المدنية.
- 22- روبنسون، جانيسن وروبينسون، جيمس (1998). التغيير: أدوات تحويل الأفكار إلى نتائج. ترجمة إصدارات بيميل بإشراف عبد الرحمن توفيق. القاهرة: سلسلة إصدارات بيميل.

- 23- زين العابدين درويش (1983). تنمية الإبداع : منهجه وتطبيقه. القاهرة : دار المعارف بمصر.
- 24- سيد الهوارى (2005"أ"). القائد التحويلي وتغيير المستقبل: طبيعته ووظيفته ومحاوره في التغيير. القاهرة: المؤلف سيد الهوارى
- 25- سيد الهوارى (2005 "ب"). خصائص منظمة القرن الـ 21 وخصائص حكومة القرن الـ 21. القاهرة: المؤلف سيد الهوارى.
- 26- السيد عليوة (2002). مهارات التفاوض والعقود والتحكيم الدولي. القاهرة: مركز القرار للاستشارات.
- 27- سيد محمد جاد الرب (2005). السلوك التنظيمي: موضوعات وتراجم وبحوث إدارية متقدمة. القاهرة: مطبعة العشري.
- 28- شاكِر عبد الحميد (1989). الطفولة والإبداع (الجزء الثانى). الكويت : الجمعية الوطنية لتقديم الطفولة العربية.
- 29- شاكِر عبد الحميد (1995). الاكتشاف وتنمية المواهب. القاهرة : الهيئة العامة لقصور الثقافة.
- 30- صفاء الأعسر (2000). الإبداع فى حل المشكلات. القاهرة : دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع.
- 31- طريف شوقى فرج، وعبد المنعم شحاته محمود، وإبراهيم شوقى عبد الحميد (1996). علم النفس ومشكلات الصناعة. القاهرة : دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- 32- عبد الحليم محمود السيد (1979). علم النفس الاجتماعى والإعلام. القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر.
- 33- عبد الرحمن توفيق (1998). التغيير : أدوات تحويل الأفكار إلى نتائج. القاهرة : سلسلة إصدارات بميك.
- 34- عبد الرحمن توفيق (2004 "أ") تنمية التفكير الإبداعى للقيادات الإدارية. سلسلة المناهج التدريبية المتكاملة. القاهرة : منشورات مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك).
- 35- عبد الرحمن توفيق (2004 "ب"). التفكير الإبداعى وقرارات الإدارة العليا. سلسلة المناهج التدريبية المتكاملة. القاهرة : منشورات مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك).
- 36- عبد الرحمن توفيق (2006). أساليب إحداث التغيير والتطوير التنظيمي. سلسلة المناهج التدريبية المتكاملة. القاهرة: منشورات بميك.

- 37- عبد الرحمن توفيق وليلى حسن القرشى (2006). كلنا مبدعون ولكن. القاهرة : مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك).
- 38- عبد اللطيف محمد خليفة (1997). المعتقدات الخرافية الشائعة في المجتمع الكويتي وعلاقتها ببعض المتغيرات النفسية والاجتماعية. مجلة الآداب والعلوم الإنسانية. مجلد 28، ص ص 79-155.
- 39- عبد اللطيف محمد خليفة وعبد المنعم شحاتة (1994). سيكولوجية الاتجاهات. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- 40- عبد اللطيف محمد خليفة ومعتز سيد عبدالله (1995). الدوافع والانفعالات. الكويت : دار المنار الإسلامية.
- 41- على السلمي (1988). السلوك التنظيمي. الطبعة الثالثة. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- 42- على السلمي (2001). إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- 43- فؤاد القاضى (2006). السلوك التنظيمى والإدارة. القاهرة: المؤلف فؤاد القاضى.
- 44- فلاح محروت العنزى. علم النفس الاجتماعى. الطبعة الثالثة. الرياض: مطابع التقنية للأوفست.
- 45- ماهر عمر (1988). سيكولوجية العلاقات الاجتماعية. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 46- مايك بير (2006). إدارة التغيير والدخول. ترجمة : محمد رياض الأبرشى. بيروت: الحوار الثقافى.
- 47- محمد سعيد فرج (2002). خصوصية الأسرة المصرية أمام العولمة. في: أحمد زايد وأحمد مجد حجازى (محرر). الأسرة المصرية وتحديات العولمة. أعمال الندوة السنوية التاسعة لقسم الاجتماع بجامعة القاهرة: القاهرة: منشورات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- 48- محي الدين حسين (1988). دراسات في الدافعية والدوافع. القاهرة : دار المعارف بمصر.
- 49- معتز سيد عبد الله (1990). المعارف والوجدان كمكونين أساسيين في بناء الاتجاهات النفسية. مجلة علم النفس. العدد 15، ص ص 94-119.

- 50- معتز سيد عبد الله (1997). التعصب : دراسة نفسية اجتماعية. الطبعة الثانية. القاهرة : دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- 51- معتز سيد عبد الله (1998). الحرب النفسية والشائعات. القاهرة : دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- 52- معتز سيد عبد الله (2000 "أ"). دافعية الأفراد للانضمام للجماعة. في: معتز سيد عبد الله (محرر). بحوث في علم النفس الاجتماعى والشخصية. المجلد الثالث. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- 53- معتز سيد عبد الله (2000 "ب"). الدافعية. في: عبد الحليم محمود السيد وآخرون (محرر). علم النفس العام. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- 54- معتز سيد عبد الله (قيد النشر "أ"). تطوير الذات، القاهرة : آفاق الإبداع للاستشارات النفسية والتدريب.
- 55- معتز سيد عبد الله (قيد النشر "ب"). تنمية دافعية العاملين. القاهرة: آفاق الإبداع للإستشارات النفسية والتدريب.
- 56- معتز سيد عبد الله (قيد النشر "ج"). السعادة النفسية لدى المواطنين العرب: مراجعة نقدية. القاهرة : آفاق الإبداع للإستشارات النفسية والتدريب.
- 57- معتز سيد عبد الله وعبد اللطيف محمد خليفة (1996"أ") أبعاد نسق المعتقدات حول تدخين السجائر. في : معتز سيد عبد الله (محرر). بحوث في علم النفس الاجتماعى والشخصية، المجلد الأول. القاهرة : دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ص ص 3-70.
- 58- معتز سيد عبد الله وعبد اللطيف محمد خليفة (1996"ب"). المعتقدات حول تدخين السجائر واقتراها بكل من مركز التحكم والقلق. في : معتز سيد عبد الله (محرر). بحوث في علم النفس الاجتماعى والشخصية. المجلد الأول. القاهرة : دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع. ص ص 74-135.
- 59- معتز سيد عبد الله وعبد اللطيف محمد خليفة (2000). علم النفس الاجتماعي. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.

- 60- Berger, L A. & Sikora, M.J (1994). The change management handbook: A road map to corporate transformation. New York: Irwin professional publishing.
- 61- Bruce, A.(2003). How to motivate every employee : 24 proven tactics to spark productivity in the workplace. New York: McGraw-hill
- 62- Burnes, B. (2000). Managing change: A strategic approach to organizational dynamics. New York : Prentice-Hall.
- 63- Carnall, C. (1995). Managing Change in organizations London: Prentice-Hall.
- 64- Carnall, C. (1991). Managing change. London: routledge.
- 65- Clark, L. (1994). The essence of change. London : Prentice-Hall.
- 66- Cooksey, E.(2004).(Ed.). Managing change: A guide on how to manage change in an organization. www.oursouthwest.com.
- 67- Cummings, T.G.8 Worley, C.G. (1993). Organizational development and change (5th ed.). Minneapolis, MN: Addison: Wesley.
- 68- Deaux, & Wrightsman, (1988). Social psychology. California : Books-Cole Pub.com.
- 69- Froom,V(1995). Work and motivation .San Francisco: Jossy-Bass Publishers.
- 70- Galal, A.F. (2005) Negotiation Skills. Cairo; Pathways to Highest Education Project.
- 71- Gibson, E.V Billings, A. (2005). Big change at Best Buy: Working.
- 72- Goodman, M. (1995). Creative management. London : Prentice Hall.
- 73- Harding, P.(2004). Managing change: A guide on how to manage change in an organization. www.oursouthwest.com
- 74- Harvard Business Essentials (2003). Managing creativity and innovation. Bosten: Harvard Business School Press.
- 75- Heath, C. & Heath, D. (2010). Switch : How to change things when change is hard. New York : Broadway Books.
- 76- Hiatt, J. & Creasey, T. (2003). Change management : The people side of change. Colorado : Prosci Learning Center Publications.
- 77- Hitt, W.(1988). The Leader-manager. New York : Battelle press.

- 78- Kirkpatrick, D. (1985). How to manage change effectively. New York : Jossey-Bass.
- 79- Kotter, J. & Cohen, D. (2002). The heart of change. London : Routledge.
- 80- Kotter, J. & Cohen, D. (2012). The heart of change : Real-life stories of how people change their organization. New York : Harvard Business Press.
- 81- Kotter, J. (2012). Leading change. New York : Harvard Business Review Press.
- 82- Levy, A., & Merry, V. (1986). Organizational transformation approaches: Strategies and theory. New York: Harper & Row.
- 83- Lewin, K. (1951). Field theory in social sciences. New York :Harper.
- 84- Lippitt, R., Watson, J., & Westley, B. (1958). Planned change: A comparative. Study of principles and techniques. New York: Harcourt, Brace & World.
- 85- Manktelow, J. (2005). The mind tools e-book, www.mindtools.com.
- 86- Nickols, F. (2004). Meeting the challenge of the knowledge work. Distance Consulting LLC. 1-31.
- 87- Nickols, F. (2008). Change management 101 : A primer. Distance Consulting LLC. 1-12.
- 88- Nickols, F. (2010). Four change management strategies. Distance Consulting LLC.1-7.
- 89- Pooley, J. (2004). Energy and environmental management: Worst practice guide. www.oursouthwest.com.
- 90- Porras, J. I., & Silvers, R.C. (1991) Organizational development and transformation. Annual Review of Psychology, 42, 51 – 78.
- 91- Robbins,S. & Langton.N. (2004).Fundamentals of organizational behaviour. Second ed.Toronto: Prentice-hall, Inc.
- 92- Rokeach, M. (1968). Beliefs, attitudes, and values : A theory of organization and change. San Francisco : Jossey Bass Publishers.
- 93- Tichy, N.M. (1983). Managing strategic change: Technical, political, and cultural dynamics. New York: John Wiley & sons.

- 94- Vartiainen, M. Avallone, F. & Anderson, N (2000) (Eds.) Innovative theories, tools, and practices in work and organizational psychology. Seattle: Hogrefe & Huber Publishers.
- 95- West, M. & Farr, J. (Eds.) (1989). Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies. New York : John Wiley & Sons.
- 96- Wilsin, D.C. (1992). A strategy of change. London: Routledge.

ثالثاً: المواقع الإلكترونية

- www.tagheir.net/pen/tools/Books/taghyeer.doc.
- www.ar.wikipedia.org.
- www.dod.mil.comptrollr.